

# Qualität statt Hype – Spitzenstellung deutscher Galerien

Stefanie Ernst im Gespräch mit Klaus Gerrit Friese

**politik und kultur:** Herr Friese, bevor wir ins Detail gehen: Welche übergeordneten kulturpolitischen Ziele verfolgt der Bundesverband Deutscher Galerien und Editionen (BVGD)?

**Klaus Gerrit Friese:** Der BVGD ist der weltweit größte Zusammenschluss von Galerien und Editionen. Innerhalb des kulturpolitischen Sektors gibt es eine Vielzahl von Themen, die nur ein Verband hinreichend bearbeiten kann. Das betrifft vor allem die Verbesserung der Rahmenbedingungen für Galerien und Editionen. Beispiele sind unter anderem der halbe Mehrwertsteuersatz auf Kunstwerke, das Folgerecht, die Künstlersozialkasse und die Messeförderung. Momentan konzentriert sich das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie sehr stark auf die Kultur- und Kreativwirtschaft. Die Kreativwirtschaft wird endlich als bedeutender Teil der deutschen Wirtschaft angesehen. Wir als Verband haben dafür zu sorgen, dass das große Kreativwirtschaftspotential der Galerien als solches erkannt wird und entsprechende Beachtung findet.

**puk:** Berlin hat die höchste Galeriendichte und Bundespolitik wird natürlich in der Hauptstadt gemacht. Welche Erwartungen knüpfen Sie darüber hinaus an den kürzlich vollzogenen Umzug des BVGD von Köln nach Berlin?

**Friese:** Eine der wesentlichen Aufgaben des Verbandes bestand in der Gründung der „ART COLOGNE“ im Jahr 1967. Durch die Etablierung dieser Kunstmesse konnte der Kunstmarkt positiv verändert werden. Inzwischen hat sich der Charakter von Kunstmesen vollkommen anders entwickelt, so dass sie in eine eigene Regie übergegangen sind und ein Verband hier keine strukturierende Funktion mehr hat. Insofern war es folgerichtig, aus dieser sehr wichtigen Tradition des Rheinlandes, in der ein Großteil unserer Mitglieder ansässig ist, den Schritt nach Berlin zu vollziehen. Der Umzug wäre selbst dann notwendig gewesen, wenn es überhaupt keine Galerien in Berlin geben würde. Ausschlaggebend war nicht die Galeriendichte der Stadt, sondern die Nähe zu den politischen Entscheidungsträgern. Bereits nach den ersten Monaten in Berlin merken wir, dass die Kommunikation sehr viel natürlicher und selbstverständlicher funktioniert und wir als Verband unsere Positionen mit noch mehr Nachdruck vertreten können als das zuvor der Fall war.

Der Wert der Vermittlungsarbeit der Galerien – denn genau darin besteht ihre kulturelle Leistung – muss viel stärker in das politische Bewusstsein getragen werden. Dieses Umdenken zu bewerkstelligen, gelingt viel besser, wenn man bei den Bundespolitikern „vor Ort“ ist. Es ist unsere Aufgabe, noch stärker als bisher zu verdeutlichen, was Galeriearbeit eigentlich bedeutet und welche Funktion sie für die bildende Kunst und für die Gesellschaft hat.

**puk:** Geht es folglich darum, diese Zwitterstellung der Galerien zu erklären und darauf aufmerksam zu machen, dass Galerien einen wertvollen Beitrag für die Kunst und die Gesellschaft liefern und gleichzeitig Unternehmen sind?

**Friese:** Die Galeristen vergessen häufig, dass sie Unternehmer sind. Ebenso vergessen Politiker gerne, dass Galeristen mehr sind als bloße Unternehmer und stellen den händlerischen Aspekt sehr stark in den Vordergrund, weil ihrer Ansicht nach die eigentliche künstlerische Leistung ausschließlich von den Künstlern gemacht wird. Vielmehr ist es doch so, dass das Stärken eines neu entdeckten Künstlers über Jahre hinweg nirgendwo so konsequent

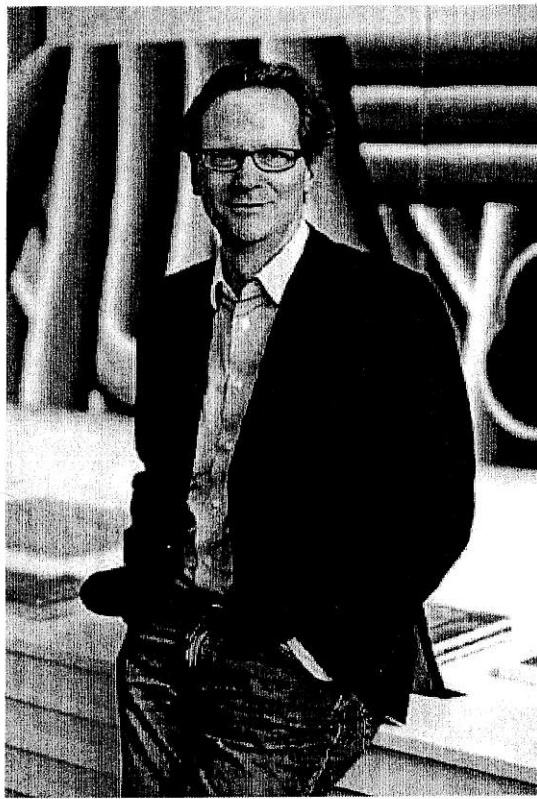
und umfassend betrieben wird wie im Galerienbereich. Selbst wenn diese „Entdeckung“ letzten Endes nicht erfolgreich sein sollte. Wie viele junge Künstler sind von Galeristen entdeckt worden, als sie noch nicht bekannt waren. Man hat jahrelang miteinander durchgehalten. Wird dann plötzlich die kulturelle Leistung eines Künstlers erkannt, wird leider häufig die Arbeit des Galeristen, der den Künstler finanziell mitgetragen und dadurch seine Kunst erst ermöglicht hat, vergessen. Genau für diese „Zwitterstellung“ der Galerien, die sich zwischen den Bereichen der kulturellen Vermittlungsarbeit – die sich doch im Übrigen von musealer Vermittlungsarbeit deutlich unterscheidet – und der ökonomischen Notwendigkeit bewegt, müssen wir ein neues Bewusstsein in der Politik schaffen. Wir sind ein wichtiger Teil der Kultur und dürfen von dieser in den Debatten nicht abgetrennt werden. Und ein Punkt wird in der Debatte um die Bedeutung von Galerien meist komplett vergessen: Der Galerist verfügt in der Regel über eine intime Kenntnis des Werks der von ihm vertretenen Künstler. Dieses Wissen wird für Expertisen und in kunsthistorischen Zusammenhängen noch viel zu selten genutzt. Dabei haben wir mit der Gründung des ZADIK, des weltweit einzigen Spezialarchivs für die Geschichte des Kunsthandels in Köln, einen wesentlichen Grundstein für die Erforschung der zeitgenössischen Kunstgeschichte auf der Basis der Dokumente des Kunsthandels gelegt.

**puk:** Klappt die Zusammenarbeit mit den Ministerien oder gibt es Probleme im Sinne von noch zu leistender Aufklärungsarbeit?

**Friese:** Es gibt Bereiche, in denen wir wunderbar zusammenarbeiten. Dies trifft besonders auf die Entwicklung des Kreativwirtschaftsbereichs zu. Hier läuft die Zusammenarbeit sowohl mit dem Beauftragten für Kultur und Medien als auch mit dem Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie sehr gut. Was für uns allerdings sehr kurios war, war das Problem, dass die Auslandsmesseförderung, die ein sehr wichtiges Marktöffnungsinstrument ist, vom zuständigen Bundesministerium für Wirtschaft mit Kriterien ausgestattet wurde, die es zukünftig unmöglich machen, deutsche Galerien zu fördern. Hier muss darüber nachgedacht werden, dass es nicht sinnvoll sein kann, nur Galerien zu fördern, die nur mit deutschen Künstlern arbeiten. Eine solche Einschränkung hätte negative Auswirkungen auf den Status der deutschen Galerien als Weltmarktführer. Gerade in den deutschen Galerien bündelt sich wirtschaftliches Know-how mit sehr guter Vermittlungsarbeit. Zu dieser Qualitätsleistung sind die deutschen Galerien nur in der Lage, weil sie auch internationale Künstler vertreten. Erst der Vergleich von deutschen und internationalen Künstlern schafft diese herausragende Stellung im internationalen Vergleich. Über Hintergründe wie diesen muss man in den Ministerien aufklären und ein Bewusstsein für die Arbeit von Galerien schaffen.

**puk:** Der BVGD tritt für Künstlerförderung ein und bemüht sich zudem, dass Galerien im Wettbewerb stehen können. Ist das nicht ein Dilemma? Zum Teil scheinen sich die unterschiedlichen Positionen gegenseitig auszuschließen. Man denke nur an die Künstlersozialkasse (KSK), die Sie als Wettbewerbsnachteil für die Galerien bezeichnen. Wie schwierig ist die Bündelung der unterschiedlichen Interessen?

**Friese:** Zu Themen wie Folgerecht oder Künstlersozialkasse gibt es



Klaus Gerrit Friese, Vorsitzender des BVGD

© Galerie Klaus Gerrit Friese

tatsächlich entgegengesetzte Meinungen zu den Interessen der Künstlerverbände. Wir glauben, dass wir als Verwerter gut daran getan haben, gegen die Sonderbelastungen durch die Künstlersozialkasse und das Folgerecht zu opponieren. Und tatsächlich haben wir es in den letzten Jahren erreicht, dass die Belastung erträglicher wurde. Die Wettbewerbsfähigkeit darf im europäischen Kontext nicht zu unseren Ungunsten eingeschränkt sein. Allerdings sollten wir heutzutage nicht mehr in der Entgegensetzung von Künstler und Galerist denken. Grundsätzlich ist es dieselbe Klientel, dieselbe Geschichte, an der wir arbeiten, wenn auch mit unterschiedlichen Interessen im Hintergrund. Letztlich sind aber die Verwerter immer dann glücklich, wenn sie viele Honorare an Künstler zahlen können. Das Instrument der Künstlersozialkasse, das ja sicher kein wegdiskutierbares Phänomen mehr ist, ist aber nur deswegen erträglich geworden, weil in den letzten Jahren die prozentuale Belastung der Galeristen so deutlich gesunken ist.

**puk:** Sie erwähnten bereits die Zusammenarbeit mit den Kunstmesen. Ende 2010 läuft der Vertrag mit der Kölner Kunstmesse aus. Fanden mittlerweile Gespräche mit dem Berliner „Art Forum“ statt?

**Friese:** Die Beendigung der exklusiven Zusammenarbeit mit den Kölner Kunstmesen ist eine logische Konsequenz, die aus der Überlegung herührt, dass man nicht wirklich repräsentative Lobbyarbeit für den ganzen Kunsthandel treiben kann, wenn man sich an nur eine Messe bindet. Wir setzen die Zusammenarbeit mit der Kölnmesse in drei klar definierten Projekten fort, aber eben nicht mehr exklusiv. Momentan befinden wir uns noch nicht in Gesprächen mit anderen Kunstmesen, können uns aber vorstellen, dass wir auch mit anderen Kunstmesen Formen der Zusammenarbeit finden, die für beide nützlich sind. Als Verband haben wir die Möglichkeit, ein Programm in

Zusammenarbeit beispielsweise mit dem BKM auf die Beine zu stellen, was uns für Kunstmesen attraktiv macht. Dies geschieht zum Beispiel im Rahmen der „ART COLOGNE“ mit dem Künstlerförderprogramm „New Positions“. Wenn andere Messen an einer Zusammenarbeit interessiert sind, steht dem nichts entgegen.

**puk:** Wo Sie gerade die Förderung junger Künstler erwähnten. Ich frage mich immer, was eigentlich mit den älteren Künstlern passiert. Förderprogramme für junge Künstler gibt es in großer Zahl. Aber die Alten, aus denen kein zweiter Bisky oder kein zweiter Rauch geworden ist, wer fördert die eigentlich noch?

**Friese:** Hier sind wir mit einer relativ bitteren Tatsache konfrontiert, die aber weder gegen die Ausbildung an Akademien noch gegen die Existenz von jeglicher Art von Künstlern spricht. Ein Großteil der Künstler, ohne diesen prozentual beziffern zu wollen, kann tatsächlich nicht gut von der eigenen Kunst leben. Es gibt ca. 40.000 Künstler, die in der Künstlersozialkasse registriert sind. Diese Künstler verteilen sich auf eine relativ geringe Zahl von Galerien. Der Markt für Kunst ist nicht so groß, dass er mit der Anzahl der Künstler harmonisiert. Galerien ist es nicht möglich, diese Schieflage auszugleichen. Die Künstlersozialkasse suggeriert, ein Instrument zu sein, das dieser Armutsbedrohung einen Riegel vorschiebt. Dabei wissen wir alle, dass die späteren Rentenzahlungen aus der KSK für gering verdienende Künstler praktisch bei Null liegen. Es handelt sich also nur um ein scheinbares Instrument. Vielleicht ist es an der Zeit, wirkungsvollere Methoden zu überlegen, mit denen man Künstlern helfen kann.

Trotzdem ist die Kulturleistung von Künstlern nicht hoch genug einzuschätzen. Das Risiko als bildender Künstler zu leben, beinhaltet aber auch gleichzeitig ein ungeheures Privileg von Freiheit und Unabhängigkeit. Ein Künstler muss mit den Kon-

sequenzen, die aus dem Entschluss diesen Berufsweg einzuschlagen resultieren, in einer gewissen Weise leben wollen.

**puk:** Viele arme – wenn auch gute – Künstler bedeuten im Umkehrschluss viele arme Galeristen. Müsste es nicht ausreichende staatliche Maßnahmen geben, um Kunst- und Kulturvermittlern stärker unter die Arme zu greifen?

**Friese:** Der Umkehrschluss ist genau richtig. Einer Studie über den Berliner Kunsthandel zufolge machen von den ungefähr 400 Berliner Galerien ca. 200 weniger als 50.000 Euro Umsatz im Jahr. Solche Zahlen verdeutlichen, worum es hier geht. Ich finde es wahnsinnig wichtig, dass wir nicht die politische Forderung erheben, dass Galeristen unbedingt in große Förderprogramme hineinkommen müssen. Denn das würde wiederum andere Komplikationen nach sich ziehen. Umso wichtiger erscheint es mir, dass wir als selbstverständlicher Teil der Kultur weiter im Genuss der halbierten Mehrwertsteuer bleiben, der den Buchverlegern und den Musikveranstaltern ohne jedes Zögern zugesprochen wird. Wir reden in der bildenden Kunst leider viel zu viel über ein paar 100-Millionen-Umsätze und leider viel zu wenig darüber, dass es auch ein Bereich ist, in dem die Bäume nicht in den Himmel wachsen, auch wenn die Kunst in den Himmel wächst. Es ist unsere Aufgabe als Verband gegenüber dem Feuilleton der großen Zeitungen zu betonen, dass es eben nicht nur um das Vermelden von Rekordpreisen auf Auktionen geht.

**puk:** Der ganze Hype tut also weder den Künstlern noch den Galeristen besonders gut. Andererseits muss den Sammlern und Interessierten immer mehr geboten werden, um als Galerist im Gespräch zu bleiben. Für Berlin ist nun eine App (ein Anwendungsprogramm für Smartphones) erhältlich, durch die Wissenswerte über den Berliner Kunsthandel abzurufen ist. Der Nutzer kann sich eine virtuelle Galerienroute zusammensstellen. Und für Stuttgart haben Sie gemeinsam mit weiteren ortsansässigen Galeristen einen Ausstellungsrundgang konzipiert. Ist die Kunstszene anspruchsvoller geworden?

**Friese:** Das größte ideologische Potential, das wir im Moment im Umgang mit Zeit haben, ist, dass wir immer weniger davon besitzen. Daraus muss jeder von uns Konsequenzen ziehen. Deswegen sind die Kunstmesen so wichtig, weil sie den Sammlern einen geordneten Überblick über ein bestimmtes Qualitätsniveau bieten. Aus diesem Grunde sind auch die Rundgänge von Galerien wichtig. Sie liefern auf kurzen Wegen einen relativ schnellen Überblick über eine bestimmte Anzahl von Positionen in einer Stadt. Und wenn wir als Galeristen und Verwerter nicht in der Lage sind die Dinge so vorzustrukturieren, dass die Sammler die Möglichkeiten haben, aus den vorgegebenen Strukturen ihre Wünsche zu destillieren, haben wir etwas falsch gemacht. „Ich stehe hier und kann nicht anders“, das gibt es im Kunsthandel nicht mehr. Wir müssen uns natürlich auf die Bedürfnisse von Sammlern, Museumsmenschen und all den anderen, die unsere Kunst sehen wollen und sollen, einrichten.

**puk:** Weniger Zeit, mehr Pragmatismus. Harald Falckenberg merkte jüngst in einem Interview an, dass der „Decade of Desire“, als welche er die 1980er Jahre charakterisierte, die „Decade of Greed“ folgte. Beobachten Sie als Galerist ähnliches? Wird Kunst

Fortsetzung von Seite 13

## Interview Friese

weniger aus Lust und, verschärft durch die Finanzkrise, primär aus Kalkül gekauft?

**Friese:** Falkenberg ist ein wunderbarer Zuspitzer. Und in einem hat er Recht: Bis ins Jahr 2006/2007 existierte parallel zu dem Hype um Bildende Kunst ein sehr großes Kalkül um deren Wertsteigerungspotential. Die sehr großen Erwartungen der Sammler sind vom Kunstmarkt in gewisser Weise enttäuscht worden. Denn der Kunstmarkt funktioniert nicht so, wie man es sich wünscht und vorstellt. Inzwischen ist es tatsächlich so, dass die Geld haben, ein wenig mehr darauf achten als in den letzten Jahren taten. In den kommenden Jahren ist aber eine angemessene Werthaltigkeit zu

erwarten. Darunter leidet natürlich auch das, was Falkenberg als Lust an der Kunst bezeichnet. Junge Künstler werden es schwerer haben, ihre Kunst zu verkaufen, denn niemand kann mit Sicherheit sagen, ob daraus eine gute Anlage wird oder nicht.

**puk:** Das Scheitern einer Galerie hängt von dem Geschmack und dem Gespür des Galeristen für gute Kunst ab. Ist das nicht eine ziemlich riskante Voraussetzung für Erfolg?

**Friese:** In dem Moment, in dem sich ein Geisteswissenschaftler oder ein Betriebswirtschaftler dazu entschließt, eine Galerie zu eröffnen, stellt er sich einem Markt voller Unwägbarkeiten, der nicht systematisiert werden kann. So wie es Künstlerkarrieren gibt, über deren positive Entwicklung ich mich bis heute wundere, gibt es andere, auf die man total gesetzt hat und die eben nicht funktioniert haben. Und das ist auch genau der Punkt, der das

Geschehen absolut spannend macht. Als Galerist können Sie nicht nach Rezeptbuch vorgehen.

**puk:** Welches Ihrer Talente setzen Sie als Galerist ein, welches kommt bei der Verbandsarbeit zum Tragen?

**Friese:** Durch meine Arbeit im Verband habe ich gemerkt, wie sehr sich meine Position zur Verbandsarbeit geändert hat. Anfänglich war ich im Verband sehr stark auf die Grundsätze von Fögerech, Künstlersozialkasse und Mehrwertsteuer fixiert. Bei der Arbeit im Verband kommt einem aufgrund der vorgegebenen Strukturen Sisyphos als ein wirklicher Leichthandwerker vor. In den letzten Jahren habe ich gemerkt, dass, wenn ich als Repräsentant des Verbandes erfolgreich arbeite, alles, was ich als Galerist bin und vermittele, in die politische Kultur hineintragen kann. Und das ist mein eigentlicher Impuls. Meine Aufgabe ist es, zu verdeutlichen, was die Galeristen leisten

und was der ungeheure Wert dieser Vermittlungsarbeit von Bildender Kunst in ökonomisch ausgerichteten Zusammenhängen bedeutet. Bei Kunst und Wirtschaft handelt es sich in Bezug auf die Galerien eben nicht um zwei verschiedene Seiten einer Medaille. Vielmehr verschmelzen sie zu einer. Die Arbeit als Vorsitzender eines Verbands ist unheimlich interessant. Um sicher auf dem politischen Parkett zu sein und dort Erfolge zu erzielen, ist es meiner Meinung nach von großem Vorteil, wenn man diese Leidenschaft des Galeristen einsetzen kann.

**puk:** Gerät nach Berlin nun auch Brüssel stärker in das Visier des BVVG? Haben Sie eine Dependence in der europäischen Hauptstadt oder planen Sie, dorthin zu ziehen?

**Friese:** Die Aktivitäten in Brüssel beobachtet unser Verband seit ungefähr 10 Jahren sehr genau. So haben wir zum Beispiel sehr stark auf die Har-

monisierung des Folgerechts in der EU gesetzt. Denn auch in Deutschland ist eine substantielle Reduktion des Folgerechts – wie es bis dato das folgerechtsfreie England genossen hat – wünschenswert. Bislang ist aber noch keine Verbesserung eingetreten. Ich gehe davon aus, dass die von der EU vorangetriebene Harmonisierung frühestens in vier bis fünf Jahren wirkliche Wettbewerbsgleichheit hergestellt werden. Allerdings wird in nächster Zeit eine Revision bzw. erst einmal eine Begutachtung der Auswirkung der EU-Harmonisierung des Folgerechts vollzogen werden. Die Vorgänge in Brüssel müssen also genauestens beobachtet werden. Aus diesem Grund arbeiten wir sehr eng mit dem europäischen Galeristenverband in Brüssel zusammen. Ein Umzug ist aber nicht geplant. Generell konzentriert sich der BVVG in erster Linie auf die Angelegenheiten in Deutschland, ohne Brüssel dabei zu vernachlässigen.

## Ohne Primärmarkt kein Sekundärmarkt

Wie Galerien mit Künstlern arbeiten und umgekehrt • Von Birgit Maria Sturm

Die Bezeichnung „Galerie“ hat sich für solche Unternehmen eingespielt, die Kunstwerke in direkter Zusammenarbeit mit den Urhebern vermarkten. Galerien bilden den „Primärmarkt“ in Abgrenzung vom „Sekundärmarkt“, dessen Akteure man als Kunsthändler bezeichnet. Kunsthändler beziehen ihren Bestand in der Regel nicht direkt vom Produzenten, sondern sie erwerben Kunstwerke im Markt selbst – bei Händlern, auf Auktionen, aus Nachlässen und von Privatpersonen.

Dieses Kaufen und Wiederverkaufen von Kunst unterscheidet sich grundsätzlich von der Arbeit einer Galerie – wobei es selbstverständlich fließende Übergänge gibt. Vor allem etablierte, langjährig erfahrene Galerien sind oft ebenfalls im Sekundärmarkt aktiv, was durchaus zu deren wirtschaftlicher Stabilität beiträgt. Vereinfachend kann man sagen, dass im Sekundärmarkt jene Kunstwerke kursieren, die über Jahre und Jahrzehnte hinweg Anerkennung und somit einen über die Gegenwart hinausweisenden sicheren Status erlangt haben. Im Primärmarkt hingegen befinden sich die Künstler mitten im Prozess einer sukzessive steigenden Wahrnehmung durch die interessierte Öffentlichkeit und einer damit einhergehenden Generierung von Marktwert. Begleitet und bestätigt wird dieser Prozess für den Künstler von weiteren Formen der Anerkennung: durch Stipendien, durch Kunstpreise sowie durch Präsenz im institutionellen Ausstellungsbetrieb und in den Medien.

Zum Sekundärmarkt zählen auch die Auktionshäuser. Sie bilden ein zahlenmäßig kleines, dafür aber umsatzstarkes Segment. Sofern sie sich in den letzten Jahren verstärkt der zeitgenössischen Kunst zugewandt haben, profitieren sie enorm von den Aufbauleistungen, die Galerien für Bildende Künstler erbringen. Es sind vor allem die Auktionshäuser – weniger die deutschen als vielmehr eine Handvoll namhafter, alteingesessener internationaler Unternehmen –, die das Interesse des Publikums an spektakulären Verkaufspreisen bedienen. Galerien neigen hingegen zu einer kontinuierlichen Form der Preisgestaltung, die der Marktentwicklung eines Künstlers angemessen ist und die sich den kurzfristigen Moden, den großen Hypes nicht unbedacht hingibt. Die exorbitanten Preise, die von Tycoons und reichen Erben mitunter für Spitzenwerke gezahlt werden, haben die Wahrnehmung des Kunstmarktes verzerrt und die Illusion genährt, dass hier grundsätzlich viel Geld zu verdienen sei. Davon können viele Galerien aber nur träumen.

„Bei uns kommt Kunst nicht unter den Hammer“ – mit dieser Metapher hatte sich der Bundesverband Deutscher Galerien vor einigen Jahren anlässlich seines 30-jährigen Jubiläums positioniert und das nicht rein kommerziell determinierte Verhältnis der Galerien zur Kunst auf den Punkt gebracht. Allein der Umstand, dass nicht jede Galerie jeden beliebigen Künstler vertritt, macht deutlich, dass Galeriearbeit immer auch von einem Bekenntnis zu einer bestimmten künstlerischen Haltung geleitet ist. Erst die programmatische Eingrenzung bildet das Profil einer Galerie, erlaubt konzentrierte Förderung des Künstlers und die Pflege eines entsprechend orientierten Sammler- und Kundenstamms.

Eine künstlerische Karriere ist ohne die Mitwirkung einer ambitionierten Galerie heute kaum mehr vorstellbar. Da es unvergleichlich viel mehr Künstler gibt als Galerienkapazitäten geschweige denn Sammler und Kaufpotential, bleiben viele Künstler sprichwörtlich auf der Strecke. Sie sind zur ineffektiven Selbstvermarktung oder zu anderen Erwerbungsquellen abseits der Kunstszene gezwungen. Kommerzielle Frustration führt gegenüber erfolgreichen Kollegen und deren Vermittlern nicht selten zu dem stereotypen Vorwurf der Marktconformität – mit all seinen negativen Konnotationen. Dabei profitieren selbst nicht-marktgängige Künstler indirekt von den Galerien – und zwar auf dem Umweg der Künstlersozialkasse. Galerien beteiligen ihre Künstler bei Verkäufen mit hohen Provisionszahlungen (bis zu 50 Prozent des Umsatzes) – und nehmen damit eine Sonderstellung in der Kreativwirtschaft ein. Entsprechend hoch ist die Künstlersozialabgabe, die von Galerien gezahlt werden muss. Da auch Künstler, die im Markt nur schwach oder gar nicht vertreten sind, in der Regel über die Künstlersozialkasse krankenversichert sind, partizipieren diese auf dem Weg der Umverteilung an den im Markt erzielten Umsätzen. Allein dies wäre ein Grund, sich mit Ressentiments gegen den Kunstmarkt zurückzuziehen. À propos: Bis heute, nach über 25 Jahren Künstlersozialkasse, ist es nicht gelungen, der Öffentlichkeit zu verdeutlichen, dass sich diese Institution zu 30 Prozent den Zahlungen der Kulturvermarkter verdankt. Selbst die meisten Künstler glauben, es sei eine rein staatliche Wohltat, dass sie als freischaffende Selbständige nur die Hälfte der regulären Versicherungsbeiträge zahlen brauchen.

Der Kunstmarkt wird als besonders glamouröser Zweig der Kulturwirtschaft wahrgenommen. Aber der Arbeitsalltag stellt eine Galerie vor

vielfältige Herausforderungen, zumal die Investitionen in junge Kunst hoch sind und Erfolge mitunter auf sich warten lassen. Auch mussten sich die Marktakteure in den letzten Jahren auf allerhand Veränderungen einstellen, z.B. darauf, dass das Internet eine zunehmende Transparenz des Marktes und der Kunstpreise bewirkt hat. Längst reicht es nicht mehr aus, nur in der eigenen Galerie Ausstellungen zu veranstalten. Um im Wettbewerb zu bestehen, um neue Kontakte zu knüpfen und nicht zuletzt aus Imagegründen müssen Galerien auch auf internationalen Kunstmessen Flage zeigen – was zu einem erheblichen Anstieg der Betriebskosten geführt hat. In naher Zukunft wird Deutschland zudem nicht nur der Konkurrenz durch kunstmarktstarke Länder wie der Schweiz, England und den USA standhalten müssen, sondern auch der östlichen Hemisphäre, in der sich rasant neue Kunstmärkte formieren.

Bei der Galeriearbeit steht an erster Stelle die Entdeckung und Positionierung von Künstlern, deren Werke nicht nur ausgestellt und gehandelt, sondern auch intellektuell vermittelt, dokumentiert und publizistisch begleitet werden. Kunden und Sammler erwarten von ihrer Galerie vor allem Sachkenntnis und kompetente Beratung, diverse Dienstleistungen und natürlich die Garantie für die Echtheit der erworbenen Werke. Eine informative und gut gestaltete Website, kontinuierliche Pressekontakte, gute Beziehungen zu Kuratoren, Kunstvereinen und Museen sind unverzichtbare Bestandteile einer planvollen Galeriearbeit. Ausstellungen in öffentlichen Institutionen sind für jeden Künstler ein besonderer Höhepunkt und für Galerien eine Anerkennung für richtige Entscheidungen.

Eine Galerie kennt die Arbeitsprozesse ihrer Künstler, deren Ausstellungsaktivitäten und den diskursiven, zeitgenössischen Kontext, in dem ihre Werke stehen. Galerien sind somit hervorragende Informationsquellen über Künstler und werden hierzu auch häufig in Anspruch genommen. Das Gespür für künstlerische Qualität und Innovation ist aber nur eine von vielen Voraussetzungen für eine erfolgreiche Vermittlungsarbeit. Marktkenntnis, betriebswirtschaftliches Know-how, Medienkompetenz und Kommunikationstalent in unterschiedlichen sozialen Milieus gehört ebenso dazu wie juristisches und steuerliches Grundwissen.

Bislang führt keine spezifische Ausbildung auf direktem Weg zum Beruf des Galeristen. Neueinsteiger kommen auch nicht geradewegs aus dem Hörsaal, sondern haben zumindest einige Jahre Erfahrung in

kulturaffinen Berufen oder als Mitarbeiter in Kunstmarktunternehmen gesammelt. Nicht zuletzt, um die Ausbildungslücke etwas zu schließen hat der BVVG aus dem Erfahrungswissen seiner Mitglieder die „Grundsätze der Zusammenarbeit von Künstlern und Galerien“ konzipiert. Auf knappen 25 Seiten werden hier die wichtigsten Aspekte der Galeriearbeit skizziert: Was sind die Essentials eines Vertrags oder einer verbindlichen Vereinbarung? Wie funktioniert der Kommissionsverkauf? Wie werden Preise ermittelt? Woran bemisst sich die Höhe von Provisionszahlungen? Welche steuerlichen und rechtlichen Besonderheiten sind zu beachten? Die „Grundsätze“ liefern keine Zauberformel für erfolgreiche Galeriearbeit; sie lassen auch manche Frage offen, die sich nur aus den individuellen persönlichen und wirtschaftlichen Umständen einer Galerie respektive aus dem Anspruch und Status ihrer Künstler beantworten lassen. Aber sie bieten einen Leitfaden, an dem sich Galerien – und Künstler – mit dem Ziel einer sinnvoll strukturierten Kooperation orientieren können.

Die Verfasserin ist Geschäftsführerin des Bundesverbandes Deutscher Galerien und Editionen e.V. (BVGD) und war von 2004 bis Mai 2010 Sprecherin des Deutschen Kunstrats ■

Die „Grundsätze der Zusammenarbeit von Künstlern und Galerien“ sind erhältlich bei: BVGD e.V., Dessauer Str.32, 10963 Berlin, 030-263 922 980, post@bvgd.de