

IV. Kunstmärkte – Wer platziert meine Kunst?

2. Der Atelierverkauf: Chancen und Gefahren.

Vielen Künstlerinnen und Künstlern kommt diese besondere Form der Vermarktung oftmals gar nicht so ungelegen, insbesondere in den Anfangsjahren des Künstlerinnendaseins, auch wenn hier per se ein gewisser Malus des Unprofessionellen angeheftet scheint, denn unabhängig von der Frage, wie gut anderweitige Vermarktungsstrategien funktionieren, wie passabel es Vermittlern wie Kunstagenten und vor allem Galeristen gelingt, Kunstkäufer für das erschaffene Werk zu begeistern, beim Atelierkauf zahlt der Kunde unmittelbar das Geld an die Künstlerin, an den Künstler und allein dies scheint schon überaus verlockend.

Das Grundmodell ist dabei ebenso einfach wie stimmig: Die Künstlerin schafft tagtäglich an Werken, die es nach Fertigstellung zu verkaufen gilt. Der Kunstliebhaber ist förmlich beseelt von dem Gedanken, sein Geld auszugeben für gute Kunst. Und treffen sich beide im Atelier, so kann der Käufer nicht nur das Werk gleich mitnehmen, zumindest wenn die Formate dies zulassen, sondern auch gleich noch atmen, ja unverfälscht einsaugen die „Aura des künstlerischen Schaffensortes“. Und das gegebene Geld, am besten bar auf den Tisch, bestätigt für all die Mühen – unmittelbar, wenn auch oftmals nicht nachhaltig - die Künstlerin, den Künstler.

Von steuerlichen wie steuerrechtlichen Aspekten und Nachweispflichten etc. an dieser Stelle einmal abgesehen, sind Verkäufe vorgenannter Art nur dann gänzlich unproblematisch, wenn die besagte Künstlerin/der Künstler tatsächlich allein als Selbstvermarkter/-in agiert. Vielschichtiger wird die Gemengelage nämlich schon, wenn auch nur ein Galerist mit auf den Plan tritt, vor allem freilich in all den Fällen, in denen ein enger Zusammenhang zwischen Präsentation von Werken im Galerieraum und den angesprochenen Atelierkäufen festzustellen ist.

Schauen wir uns die Angelegenheit unter letzt genannter Prämisse noch einmal genauer an: Die Herausforderungen insbesondere tatsächlicher Natur sind in vorgenannter Dreier- Konstellation „Galerist – Künstler – Kunstkäufer“ schnell ausgemacht: Leben die zumeist ausgestellten Künstler in der gleichen Stadt oder zumindest derselben Region, in der auch die Galerie residiert, werden interessierte Kunden schnell der nahe liegenden Versuchung erliegen, durch das Herantreten an den Künstler, an die Künstlerin selbst und unter bewusst geplanter Umgehung des Galeristen den Verkaufspreis zu mindern.

Genau hier beginnt für den ambitionierten Galeristen die Misere: Durch seine engagierten Aktivitäten verschafft er der Kunst und seinen Künstlern die erstrebte öffentliche Aufmerksamkeit, doch fehlt vielen nicht selten das finanzielle wie persönliche Fundament, um die eigene Position durch Sicherung., d.h. eigenem Ankauf von Werken etc. zu stärken. Der Künstlerin ist es, da oftmals eine besondere Beziehung zu dem Galeristen (noch) nicht besteht und die gemeinsame Ausstellung zudem für sie eher als Einzelmoment, als ein weiterer marketingtechnischer Versuchballon neben anderen zu werten ist, im Zweifel egal, woher sie ihr Geld erhält, Hauptsache es fließt überhaupt und dies möglichst zeitnah. Verstehen selbst schon viele Künstler kaum, warum ihre Galeristen eine Verkaufsprovision von 30 – 50 % einstreichen sollten, dient entsprechende Kenntnis dem Kunstkäufer oftmals als besonderer Ansporn: Hier wird aus seiner Sicht einzig beziffert das für ihn erzielbare Einsparpotenzial bei intendiertem Objekterwerb (Stichwort „Kuhhandel“). Und so wird oftmals erst der auf den Galerieabend folgende Atelierbesuch zum Kaufevent. Der Käufer frohlockt im Erfolgsfalle ob der günstigen Atelierpreise und freut sich über den ersparten Differenzbetrag zum Galeriepreis, der Künstler – gestärkt durch die letztlich erfolgreiche Verkaufsverhandlung - streicht überaus zufrieden sein Geld ein, einzig der Galerist beklagt die Zuführung des Interessenten ohne eigene finanzielle Partizipation an dem getätigten Geschäft. Fast tragisch erscheint die Situation, bedenkt man, welche nicht gänzlich unerheblichen Investitionen (Finanzierung von Marketingaktivitäten nebst der Vernissage, Druck von zumindest Postkarten, die Raum- wie sonstigen Nebenkosten) und persönliches Engagement durch den Galeristen für diesen an ihm im Ergebnis vorbeilaufenden Ankauf getätigt wurden.

Kurzum, Ateliervverkäufe sind freilich im Grundsatz zulässig – dies auch bei bestehenden Beziehungen zu Galeristen. Vertragliche Bindungen setzen aber auch gewisse Fairness im Kunstmarkt bezogenen Miteinander voraus. Und hier gilt es nun zu differenzieren, vor allem dann, wenn die vertraglichen Beziehungen nichts Genaueres festschreiben.

In der Regel verständigen sich Galerist und Künstler/-in im Vorfeld einer Ausstellung über die Preise der zu verkaufenden Kunst. Werke, die gerade noch in einer Ausstellung zu sehen und käuflich zu erwerben waren, sollten allein schon unter Aspekten der Wertkonstanz im Ateliervverkauf nicht wesentlich günstiger werden.

Wurde der Kaufinteressent zudem durch die Galerieausstellung auf Künstlerin und Werk aufmerksam, ist eine auch finanzielle Partizipation des Galeristen nur sachgerecht. Vereinbarungen sehen hier oft eine Spiegelung der für Galerieverkäufe getroffenen Vereinbarungen vor. Die gänzliche „Nichtberücksichtigung“ der Galeristeninteressen dürfte hingegen schnell als Verstoß gegen Nebenpflichten des Galerievertrages gewertet werden oder als Verstoß gegen § 242 BGB (Treu und Glauben), hier ist also gewisse Vorsicht und Handeln mit Fingerspitzengefühl durchaus angezeigt.

Für sachgerechte Differenzierungen gibt es eine Menge Optionen und Verhandlungsspielraum. Eine Möglichkeit könnte es etwa sein, all die Werke, die ein Galerist bereits in Kommission hatte und dem Künstler nach Zeitablauf zurückgab, von Beteiligungen auszunehmen oder schlicht (Ausschluss-) Fristen zu setzen, orientiert konkret an den Ausstellungsdaten, im Rahmen derer bestimmte Werke präsentiert wurden.

Halten wir also fest:

Professionelles Agieren von Künstler und Galerist erfordert zwingend Einigkeit, Verbindlichkeit und Transparenz im Preis. Freilich haben Kunstkäufer den Wunsch, Werke günstig zu erstehen. Vielleicht sollte ihnen deshalb auch Raum gegeben werden, erfolgreich zu handeln. Doch zwischen abgestimmten Handeln innerhalb festgelegter Spielräume und dem Ausspielen der Protagonisten gegeneinander durch Dritte liegen Welten. Will der Kunstkäufer das Gefühl vermittelt bekommen, im Atelier „günstiger“ zu erwerben, kann er ohne weiteres in seinem Ansinnen bestätigt werden: Es wird ein moderater Preisnachlass gewährt. Dass dieser bei entsprechender Verhandlung auch in der Galerie zu haben gewesen wäre, ist dabei unerheblich. Wesentlicher ist der Kauf zu einem angemessenen Wert, d.h. der angestrebte Endpreis ist entscheidend und muss erreicht werden. Wie hoch dieser konkret zu beziffern ist, ist aus der bisherigen Marktposition des Künstlers, seiner Ausbildung, der künstlerischen Wertigkeit seines Schaffens, Vergleichbarkeiten mit anderen Kunstschaffenden etc. in einer Gesamtschau zu ermitteln, ergänzt um die Erfahrung des Galeristen, welchen Preis er am Markte durchzusetzen glaubt. Am Galeristen vorbei und damit deutlich unter Wert zu verkaufen, mag zwar augenblicklich die Liquidität der Künstlerin erhöhen, schmälert aber insgesamt den Marktwert ihrer Werke wie auf die Dauer ihren Ruf als verlässlicher Vertragspartnerin beträchtlich.

Klare vertragliche Vereinbarungen lassen Handlungsfreiräume offen, eine Preisgarantie sollte zumindest für die Dauer der Ausstellung und einen fixen Zeitraum nach Ende gelten. Schafft es der Galerist, Interesse beim Publikum für den Künstler und seine Werke zu generieren, sollten Regelungen einer auch finanziellen Partizipation des Galeristen im Vermittlungsfalle bei aliud – Verkäufen, d.h. bei Käufen nicht ausgestellter Werke, getroffen werden. Fairness zahlt sich hier durchaus für den Künstlerin aus.

Ein Praxisbeispiel mag zum Ende die Problematik des isolierten Ateliervverkaufs nochmals eindrucksvoll umreißen:

Ein regional bekannter Sammler kaufte in dem Wissen um die bestehende Galerievertretung direkt beim Künstler im Atelier und handelte den Künstler in einer langen Verhandlungsnacht um satte 60 % des Galeriepreises für ein wunderbares Werk herunter. Für den Künstler war dies noch immer ein akzeptables Geschäft, erhielt er ohnehin den Galeriepreis nur anteilig zur Hälfte nach Abzug diverser Kosten, es handelte sich zudem um ein Großformat, welches auch zu den neuen Bedingungen einen noch überaus beachtlichen Zahlenwert aufs eigene Konto einbrachte. Nach Hängung sollte dann das Werk und sein Erwerb(er) mit einem kleinen Fest gebührend gefeiert werden, Freunde und Geschäftspartner, aber auch Künstler und Galerist waren vom Sammler eigens geladen, in einer launig- weinseligen Rede preiste der Kunstgönner dann in der Festrede überraschend vor allem sein Verhandlungsgeschick und benannte öffentlich den durch sein Verhandlungsgeschick erzielten Rabatt,

höflichst dankend dem Entgegenkommen des Künstlers - und dieser drohte in jeder Hinsicht vorgeführt schier im Boden zu versinken...

(ck2010)