

IHK

Stuttgart - Böblingen - Esslingen-Nürtingen - Göppingen - Ludwigsburg - Rems-Murr

# Magazin **Wirtschaft**

Ein Service der IHK für Unternehmen in der Region Stuttgart



## Geschäft mit **Kunst**

Seite 6

Grüße und Geschenke  
zu Weihnachten

Seite 21

Maschinen  
steuern mit Apps

Seite 28





„Wir wollen die Hemmschwelle senken, eine Galerie zu betreten“, sagt Thomas Fuchs, Vorsitzender des Vereins Art Alarm. Der 38-Jährige ist einer der wenigen Neugründer von Galerien in Stuttgart.

Foto: Silicya Roth





# Geschäft mit Kunst

**Kunst und Kultur leben nicht nur von öffentlich finanzierten Museen und Theatern. Einen wichtigen Beitrag zum Kulturleben der Region leisten auch private Galeristen und Kunsthändler. Die Szene ist in Stuttgart und in der Umgebung sehr lebendig, wie unser Titelthema zeigt.**

Neugierig steht ein junges Paar vor dem großformatigen Gemälde des Neoexpressionisten Rainer Fetting. Die figurliche Malerei in ausdrucksstarken Farben gefällt den beiden sehr. Aber 40 000 Euro nur für ein Bild? Nie im Leben! Als Galerist Thomas Fuchs mit den jungen Leuten ins Gespräch kommt, zeigt sich, dass ihnen Ästhetik in den eigenen vier Wänden sehr wichtig ist. Auch haben sie beide ein gutes Einkommen. Wieviel sie denn bei ihrem letzten Autokauf gezahlt hätten, fragt Fuchs scheinbar beiläufig, und die beiden kommen ins Grübeln. Als sie ein paar Wochen später zurückkehren, kaufen sie das Bild.

„Solche Sternstunden sind bei uns Galeristen nicht unbedingt an der Tagesordnung“,

lacht der 38-jährige, der die junge Galerie in der Stuttgarter Reinsburgstraße vor fünf Jahren als Quereinsteiger gegründet hat und seither gemeinsam mit seinem Partner führt, der schon lange Jahre Kunst sammelt. Aber immerhin zeigt die Anekdote, dass man auch als Galerist nicht nur Schöngelb, sondern auch ein guter Verkäufer sein muss.

Eine gute Gelegenheit, potenzielle Neukunden anzusprechen, ist zum Beispiel der „Art Alarm“, bei dem die 22 wichtigsten Stuttgarter Galerien an einem Herbstwochenende das kunstinteressierte Publikum zum Rundgang einladen. Seit kurzem ist Fuchs Vorsitzender des veranstaltenden Vereins, bei dem sich alle Stuttgarter Galerien bewerben dürfen, sofern sie zeitgenössische Kunst und klassische





Foto: Sillyga Roth

Imke Valentien leitet die gleichnamige Galerie auf der Stuttgarter Gänsheide schon in der dritten Generation. „Wenn man so lange im Geschäft ist, erneuert sich der Kundenstamm allmählich über Empfehlungen“, sagt die Kunsthistorikerin.

Moderne als Schwerpunkt haben und Mindestanforderungen an Öffnungszeiten und Ausstellungsbetrieb erfüllen.

Den Art Alarm gibt es in Stuttgart seit der Jahrtausendwende, man folgte damit dem Beispiel anderer Großstädte – mit durchaus erfreulichen Ergebnissen, wie Thomas Fuchs betont: Zum diesjährigen Art Alarm Ende September konnten seine Kollegen und er wie immer viele Besucher aus Stuttgart und Umgebung empfangen, aber eben auch aus Düsseldorf, Frankfurt und Zürich. „Das Publikum war auffallend jung, und es gab darunter viele, die noch nie ein Bild gekauft haben.“ Dennoch dürfe man keine unmittelbare Auswirkung auf die Umsätze erwarten, so Fuchs. „Das ist mehr eine langfristige Sache, ähnlich wie eine Messe. Wir wollen damit die Hemmschwelle senken, eine Galerie zu betreten.“

# 800

Millionen Euro werden jährlich im deutschen Kunstmarkt umgesetzt.<sup>2)</sup>

Dabei liegt diese Schwelle in der Galerie Thomas Fuchs vielleicht schon etwas niedriger als anderswo. Die Räume im Erdgeschoss eines mehrstöckigen Gründerzeithauses im angesagten Stuttgarter Westen sind in angenehmer Schlichtheit gehalten, Mahagoniparkett und weite Zimmerfluchten sucht man hier vergebens. Dazu passen die Ausstellungen mit denen Fuchs und sein Partner auf zeitgenössische Malerei setzen.

Von September bis November waren hier Werke des Malers Patrick Angus mit seinen Szenen aus dem amerikanischen Alltag der 80er Jahre und insbesondere der New Yorker Schwulenclubs zu sehen. 13 Künstler hat die Galerie im Portfolio, bei sieben bis acht Ausstellungen im Jahr ist jeder alle zwei Jahre einmal an der Reihe. „Originalität ist uns wichtig“, sagt Fuchs, „wir brauchen nicht die zwanzigste Gerhard-Richter-Kopie.“ Die Preise der Ausstellungsstücke sind sehr

unterschiedlich, und damit die Provision der Galerie. Angus, der 1992 starb, markiert gemeinsam mit Rainer Fetting, dem bekanntesten Galeriekünstler, die Obergrenze – mit einer Preisspanne von 5000 bis 80 000 Euro.

Eine ganz andere Atmosphäre empfängt einen in der Galerie Valentien. Großzügige Räume in einer schönen alten Bonatz-Villa mit Skulpturengarten auf der Stuttgarter Gänsheide sind ziemlich genau das, was man von einem alteingesessenen Galeriebetrieb erwartet. Und Valentien blicken auf die wahrscheinlich längste Tradition in der Landeshauptstadt zurück. Imke Valentien und ihr Vater Dr. Freek Valentien, die das Unternehmen gemeinsam leiten, sind studierte Kunstgeschichtler wie schon der Großvater, Dr. Fritz Valentien, der die Galerie 1930 gründete – damals noch in der Innenstadt. „Zu dieser Zeit war es noch ungewöhnlich, dass ein Galerist einen akademischen Fachabschluss hatte, denn der Beruf hat sich eigentlich aus dem Handel entwickelt“, erklärt Imke Valentien.

Ihre lange Tradition hat der Galerie einige sehr treue Kunden beschert, manche kaufen schon in der zweiten oder dritten Generation bei Valentien. „Wenn man so lange im Geschäft ist, erneuert sich der Kundentamm allmählich über Empfehlungen – und außerdem natürlich über die Ausstellungen, Messen und Events wie den Art Alarm“, sagt die Galeriechefin. Ganz überwiegend sind es Privatleute, aber auch Sammlungen und Museen greifen auf das Know-how der Galerie zurück. Imke Valentien internationale Erfahrung macht ihr die Kontaktpflege mit Künstlern weltweit einfach. Sie hat in London studiert und dort 23 Jahre gelebt.

In der derzeitigen Ausstellung werden noch bis Mitte Januar „Alte und Junge Meister des Holzschnittes“ gezeigt, mit Arbeiten von bekannten Künstlern der Klassischen Moderne und der Gegenwart. Mit Preisen zwischen 1200 und 90 000 Euro umfasst diese Ausstellung das gesamte Spektrum des Portfolios.

„Bei einigen Werken von Künstlern der klassischen Moderne reichen die Preise auch manchmal an 500 000 Euro heran“, sagt Imke Valentien, dies sei jedoch die Ausnahme. „Unsere Arbeit setzt Leidenschaft voraus,

# 78 %

der Galerien wurden in den vergangenen 25 Jahren gegründet.<sup>1)</sup>

ist aber entgegen der allgemeinen Ansicht nicht sehr lukrativ.“

Denn als Galerist hat man auch mit erheblichen Fixkosten zu kämpfen. Die meisten Verkäufe werden in Kommission abgewickelt – Künstler und Galerist teilen sich in der Regel den Erlös. Davon gehen ab: Die Galeriemiete, die in guten Lagen der größte Kostenfaktor ist, eine besondere Branchenversicherung sowie Abgaben für die Künstlersozialkasse und die VG Bildkunst, die ähnlich wie die bekanntere Gemä die Urheberrechte bildender Künstler wahrnimmt. Und der bürokratische Aufwand wird nicht geringer: In den letzten Jahren hat der Gesetzgeber mit der Verschärfung der Dokumentationspflicht bei der Künstlersozialkasse sowie dem Kulturgutschutzgesetz neue Hürden aufgebaut.

Hinzu kommt, dass die meisten Galeristen auch als Kunsthändler tätig sind. Sie erwerben Kunstwerke aus Sammlungen oder Auktionen, um diese dann weiterzuerkaufen – mit einer entsprechenden Kapitalbindung, wenn die Stücke nicht gleich weiterverkauft werden können.



Foto: Sillya Roth

Bildhauersymposien sind eine Spezialität von Monika Schreiber und ihrer Galerie Wendelinskapelle in Marbach. Einige Stücke finden sich in Parks und an öffentlichen Plätzen der Schillerstadt.

Geht man auf Messen – und das ist für alle ernstzunehmenden Galeriebetriebe ein Muss – schlagen Standmieten, Transport und Transportversicherung zu Buche. „Wenn wir die Messe in New York besuchen, kostet uns das einen fünfstelligen Eurobetrag“, fasst Thomas Fuchs zusammen. Und er fährt jährlich auf vier Messen, davon zwei in den USA.

Deshalb gibt es sehr viele Galerien, deren Inhaber auf ein zweites Standbein angewiesen sind, um ihren Lebensunterhalt zu bestreiten. Dazu gehört Monika Schreiber, die seit 15 Jahren im Herzen von Marbach am Neckar die Galerie Wendelinskapelle betreibt. Ihr Nebenerwerb – das Rahmen von Bildern – bietet durchaus Synergien mit dem Galeriebetrieb. Wie Thomas Fuchs ist die 63-Jährige eine Quereinsteigerin, zudem hat sie sich autodidaktisch das Schweißen und Schreinern beigebracht. Auch bei der Auswahl ihrer Exponate und Künstler

legt Monika Schreiber großen Wert auf eine anspruchsvolle handwerkliche Ausführung. Dies zeigte sich zum Beispiel in der Ausstellung „Schiller trifft Hölderlin“ des Künstlers Alfons Wiest, der seine Skulpturenköpfe aufwändig aus vielen Holzschichten aufbaut.

# 1,6

Millionen Menschen besuchen pro Jahr die deutschen Galerien.<sup>1)</sup>

In ihrem Programm hat Monika Schreiber keinen klaren Schwerpunkt. „Das funktioniert in einer so kleinen Stadt wie Marbach nicht“, ist sie überzeugt. Hier in der Peripherie müsse man sich eben mehr anstrengen als in der Großstadt. Für jede ihrer

sechs bis acht Ausstellungen im Jahr lässt sie 1700 Einladungen drucken und verschickt sie an ihre Stammkunden. Ganz wichtig sind für sie auch Veranstaltungen bei Unternehmen wie der Kreissparkasse Ludwigsburg oder dem Spanntechnik-Spezialisten Hainbuch in Marbach. Im Park der ehemaligen Villa Aufrecht in Affalterbach und im Oldtimermuseum Motorworld auf dem ▶





Foto: Silicya Roth

Unternehmensberater Andreas Deicke schwärmt für Pop-Art. Er überlegt, zu Ausstellungen in seine Ludwigsburger Kanzleiräume einzuladen.

Böblinger Flugfeld hat Schreiber auch schon ausgestellt. Fest etabliert sind ihre Bildhauersymposien, bei denen Künstler öffentlich an ihren Werken arbeiten.

Steht man vor der historischen Wendelinskapelle, muss man freilich erst einmal suchen, um die Galerie im Obergeschoss über einem Buchgeschäft zu finden. Trotzdem ist der kleine Betrieb der Schillerstadt Marbach als Bereicherung ihres kulturellen Angebots sehr wichtig. Monika Schreiber zahlt eine moderate Pacht, beim Aufbau gelegentlicher Ausstellungen im öffentlichen Raum hilft der städtische Bauhof, und auch die eine oder andere Großplastik in den Parks und auf den Plätzen Marbachs hat sie an die Stadt verkauft oder mit Unterstützung von Sponsoren aufgestellt.

Aus einer vergleichsweise bequemen Position heraus sondiert Dr. Alexander Deicke

eine mögliche Zukunft im Kunstmarkt. Mit seiner K11 Consulting GmbH hat sich der 39-jährige Anwalt als Unternehmensberater und Interimsmanager einen Namen gemacht. Doch seit jeher begeistert sich Deicke auch für Fotografie und Malerei – insbesondere für die Pop-Art, von denen viele Originale die Wände seiner Arbeitsräume in einem liebevoll renovierten Ludwigsburger Altstadthaus zieren. Auch den großformatigen Druck einer Aktfotografie von Herb Ritts findet man hier. „Mit ihm hat alles angefangen“, erklärt Deicke lachend. „Vor vielen Jahren habe ich ihn in einem Schaufenster der Tübinger Mühlstraße gesehen und konnte nicht daran vorbeilaufen – dabei

war der Preis von 200 Mark für mich als Student wirklich nicht ohne.“ Nun überlegt Deicke, aus seinen Kanzleiräumen eine Galerie zu machen. Kontakte zu lebenden Künstlern wie dem französischen Skulpturisten Philippe Berry hat er bereits geknüpft. „Wer weiß, vielleicht daraus einmal ein weiteres Standbein.“

So wichtig solche Ein-Personen-Projekte vor allem für die kleineren Städte sind – rund 80 Prozent des Marktes beherrschen große Galerien. Sie verfügen über Mitarbeiter für die Akquisition von Kunden und die Pflege ihrer Künstler und können es sich leisten, die wichtigen nationalen und internationalen Messen in Miami, New York, Köln, Berlin oder München zu besuchen. In der Regel sind diese Galerien in der Landeshauptstadt zu finden. Doch ausgerechnet der Platzhirsch in Stuttgart, die Galerie Schlichtenmaier, fährt zweigleisig: Die Räume am Stuttgarter Schlossplatz könnten zwar kaum zentraler sein, älter jedoch ist die Ausstellungsfläche im Schloss Dätzingen bei Grafenau (Kreis Böblingen). Die Inhaber Kuno, Harry und Bert Schlichtenmaier sind alle im Unternehmen tätig und beschäftigen vier Mitarbeiter. Wie ihr Vater, der die Galerie 1969 gegründet hat, sind die drei Brüder in Kunstgeschichte promoviert.

Die beiden Standorte ergänzten sich hervorragend, erklärt Dr. Kuno Schlichtenmaier. „In der Stadt gibt es viel Laufkundschaft, dagegen wird das schöne Ambiente des Schlosses gerne für Veranstaltungen aller Art genutzt.“ Man müsse nur darauf achten, dass die Ausstellungen in Stuttgart und Grafenau thematisch weit genug auseinander liegen – werden hier Skulpturen gezeigt, terminiert man dort eine Gemäldeausstellung. Auch Schlichtenmaiers setzen auf klassische Moderne und Gegenwartskunst – jedoch aus dem deutschsprachigen Raum. „Dort haben wir in 38 Jahren eine gute Kompetenz aufgebaut“, sagt Dr. Kuno Schlichtenmaier.

**700**

**Kunstgalerien gibt es in Deutschland, davon etwa ein Drittel in Berlin. 1)**

Ihre Ausstellungen präsentieren die Schlichtenmaiers immer auch online. Künftig soll es auch Ausstellungen ausschließlich im Internet geben – „da sind wir Vorreiter“, sagt der Galerist, „das machen bisher nur ganz wenige.“

Aber natürlich haben Kaufinteressenten trotzdem die Möglichkeit, die Stücke in Stuttgart oder Grafenau anzuschauen. „Ein richtiger Onlineshop würde nicht funktionieren – niemand kauft ein Bild für 10.000 Euro, ▶



Galerist Dr. Kuno Schlichtenmaier und seine Brüder fahren zweigleisig: Mit Ausstellungsräumen am Stuttgarter Schlossplatz sowie im Schloss Dätzingen.

ohne es vorher gesehen zu haben.“ Auf den direkten Kontakt zu ihren Kunden wollen die Brüder auch um keinen Preis verzichten.

Baden-Württemberg, insbesondere Stuttgart, sei für den Kunsthandel ein guter Standort, sagt Schlichtenmaier, dessen Kundenstamm „vom Studenten bis zum Weltunternehmer“ reicht. „Hier gibt es sehr gute Sammler und die Konkurrenz ist in der Branche nicht so groß wie zum Beispiel in Berlin oder Köln.“ Insgesamt herrsche hier eine mehr kollegiale Atmosphäre. „Wenn eine Galerie neue Kunden akquiriert, profitieren davon meist auch die anderen.“ Ein Minus sieht er nur in den hohen Mieten in der Innenstadt, die viele Mitbewerber in die Stadtteile drängen. „Eine Kunstmeile in der City kann so nicht entstehen, und Außenstehenden fällt die Orientierung eher schwer“, sagt Schlichtenmaier. Auch deshalb ist er froh über den Standort im Schloss Dätzingen: „Unser ganzes Lager am Schlossplatz zu unterhalten – das könnten auch wir uns nicht leisten.“

# 11 000

**Künstler werden durch deutsche Galerien vertreten, davon kommen 37 Prozent aus der jeweiligen Region.<sup>1)</sup>**

Lob für den Standort kommt auch von Thomas Fuchs aus dem Westen: „Das Understatement, das man hier pflegt, ist absolut nicht gerechtfertigt“, sagt der gebürtige Österreicher. Es gebe hier eine lebendige und breit aufgestellte Szene, die allerdings durchaus noch den einen oder anderen Neuzugang vertragen könne. Davon profitieren das gesamte Kulturleben und die Stadt als Ganzes, ist Fuchs überzeugt: „Die Galerien bringen kaufkräftige Besucher nach Stuttgart, die hier einkaufen, ins Museum und ins Theater gehen.“

„Wir können wahn-sinnig stolz sein“, sagt auch Imke Valentien. „Baden-Württemberg hat ein fantastisches Fundament, es gibt hier viel Bildung und viel Kunstinteresse.“ Allerdings sei dies dem schwäbischen Publikum beileibe nicht immer bewusst: „Man fährt lieber nach Basel oder fliegt nach Miami. Dabei gibt es in Stuttgart eine tolle Qualität an Galerien und Künstlern, man muss es nur sehen.“

Auch die Kunstwelt, so kann man es sehen, hat sich globalisiert – mitunter so sehr, dass

der Blick über das Naheliegende hinweggeht. Doch natürlich profitiert auch der hiesige Kunstbetrieb gewaltig von der Internationalisierung, wie ein Blick auf das Auktionshaus Nagel in der Stuttgarter Neckarstraße verrät. Noch vor der Jahrtausendwende war das 1922 in Mannheim gegründete, seit dem Krieg aber in Stuttgart ansässige Auktionshaus überwiegend national geprägt. Das hat sich radikal gewandelt. „Private Sammler aus China bilden heute einen Großteil unserer Kunden“, sagt Prokurist Rudolf Pressler, der schon seit 1979 dabei ist.

Mit ihrer Expertise in ostasiatischer Kunst sind die Stuttgarter mittlerweile eine der ersten Anlaufstellen für die wohlhabende chinesische Ober- und Mittelschicht – gleich nach den internationalen Branchenriesen Sotheby's und Christie's, die ansonsten in einer anderen Liga spielen.

Die Asiatika sorgen mittlerweile für zwei Drittel der Umsätze bei Nagel – weit vor den weiteren Schwerpunkten europäische Kunst und Antiquitäten, orientalische Teppiche sowie moderne und zeitgenössische Kunst. Auf mindestens zwei der insgesamt zwölf Auktionen, zu denen Nagel im Jahr einlädt, stehen daher Objekte aus China zu Gebot – etwa textile Wandbehänge, religiöse





## „Ohne Gunst keine Kunst“

Die Kunststiftung des Landes betreibt seit fast vier Jahrzehnten Kulturförderung aus privaten und öffentlichen Mitteln

Die Kunststiftung Baden-Württemberg ist 1977 aus einer Initiative aller damaligen Landtagsfraktionen entstanden. Seither ist sie eine der bedeutendsten Institutionen zur Förderung der jungen experimentellen Kunstszene im Land.

» Herr Milla, Wie finanziert sich Ihre Stiftung? Welche Unternehmen treten als Sponser auf?

» **Milla** Die Kunststiftung basiert auf dem Prinzip der Komplementärmittel: Jede eingegangene Spende von Firmen oder Privatpersonen wird vom Land Baden-Württemberg verdoppelt. „Ohne Gunst keine Kunst!“ Dank diesem Modell wird privates Engagement belohnt. Hervorzuheben ist das vorbildliche Engagement der Sparda-Bank eG als Hauptförderer, aber auch viele (bekannte) mittelständische Unternehmen aus dem Großraum Stuttgart unterstützen uns. Wir freuen uns über jede weitere Unterstützung, anlässlich unseres 40jährigen Jubiläums im kommenden Jahr gibt es viele Möglichkeiten für Partnerschaften.

» Was bekommen die Unternehmen für ihr Engagement zurück?

» **Milla** Als Förderer der Kunststiftung leistet man einen Beitrag zur jungen Kunst in Baden-Württemberg. Für die Unternehmen spielen oftmals Horizonterweiterung, Kreativ- und Imagetransfer, Kontakte ins Kunstfeld sowie die Verbindung zum Netzwerk der Kunststiftung eine Rolle. Wichtige Aspekte sind auch persönliche Begegnungen mit



Foto: Günter E. Bergmann

Unser Interviewpartner

**Bernd Georg Milla**

Geschäftsführer

Kunststiftung Baden-Württemberg

Kulturschaffenden und das Miterleben des Moments, wenn vielversprechendes kreatives Potenzial entdeckt wird und Künstlerkarrieren ihren Anfang nehmen. Gerade für die Zielgruppe der Kreativwirtschaft könnten wir hier interessant sein.

» Wie wählen Sie die Künstler aus?

» **Milla** Jährlich werden aus etwa 300 Bewerbungen durch Fachjurs insgesamt ca. 20 Stipendiaten in den Bereichen Bildende Kunst, Musik, Literatur, Darstellende Kunst, Kunstkritik und Kulturmanagement ausgewählt. Wichtig ist neben der künstlerischen Qualität ein enger Bezug zum Land Baden-Württemberg. Die Unterstützung erfolgt in einer Höhe von bis zu 12 000 Euro, zudem erhalten die Stipendiaten die Möglichkeit, Ausstellungen, Konzerte, Lesungen sowie Publikationen zu

realisieren. Wichtig hierbei ist, dass die Unterstützung nicht an eine Gegenleistung gebunden ist. So können die Stipendiaten frei von finanziellem Druck experimentieren, „künstlerische Grundlagenforschung“ betreiben, Kräfte tanken und ihre Arbeit weiter entwickeln.

» Wie wirkt die Kunststiftung auf das Kulturleben Baden-Württemberg? Verschafft es dem Land einen Vorteil vor anderen Bundesländern, in denen es so etwas nicht gibt?

» **Milla** Baden-Württemberg braucht als innovativer Industriestandort ein kreatives Umfeld, ein Klima, in dem Experiment und Zukunftsorientierung eine große Rolle spielen. Das Förderprogramm der Kunststiftung trägt hierzu bei, indem es dem vielfältigen Potential junger Künstlerinnen und Künstler aus Baden-Württemberg eine Plattform bietet. Diese Investition lohnt sich, denn die mittlerweile über 900 ehemaligen Stipendiaten sind im besten Sinne „kulturelle Botschafter“ Baden-Württembergs.

» Ist die Kunst in einem reichen Industrieland wie Baden-Württemberg nur ein Ornament, oder wird sie ernsthaft als Bestandteil der Lebensqualität begriffen?

» **Milla** Die Vielfalt kultureller Einrichtungen zeigt, wie wichtig die Kunst im Leben der Baden-Württemberger ist. Damit die Kunst nicht zum schmückenden Ornament erstarbt, muss sie in Bewegung bleiben. So hat die Kunststiftung den Musikbereich um ein Stipendium für neue Musikformen vom Populärbereich über Elektronik bis hin zu experimenteller Klangkunst ergänzt. Die Stiftung bleibt so am Puls der Zeit. Denn die jungen Kulturschaffenden sind hellwach, stellen Fragen, entwickeln neue Ideen und tragen positiv zur Entwicklung der Gesellschaft bei. ◀

Deutsche Bank

# Wechseln Sie jetzt zu der Bank mit dem besten Finanzierungsangebot.

Unser Wissen für Ihr Unternehmen



Mit unserem attraktiven InvestitionsDarlehen Plus für

# 1,85 % p.a.

Stand 21.10.2016. Modellhafte Produktkombination mit 75% festverzinstem (ab 1,95% p.a. Zinssatz, Zinsfestschreibung 60 Monate) und 25% variabel verzinstem Darlehensanteil (ab 1,55% p.a. veränderlicher Zinssatz, Sondertilgung möglich). Laufzeit für beide Darlehensvarianten jeweils 5 Jahre, tilgungsfreie Zeit 12 Monate, ab 1,85% p.a. anfänglich kombinierter Zinssatz, Auszahlung 100%. Bonität vorausgesetzt.

[deutsche-bank.de/geschaeftskunden](http://deutsche-bank.de/geschaeftskunden)







Foto: Jens Oswald

Chinesische Kunden haben dem Auktionshaus Nagel seit der Jahrtausendwende einen enormen Auftrieb beschert. Mit ihrer Expertise bei Asiatika rangieren die Stuttgarter gleich nach den Branchenriesen Sotheby's und Christie's, sagt Prokurist Rudolf Pressler.

Bronzefiguren, Einrichtungsgegenstände in kunstvoller Einlegearbeit oder Teegeschirr aus Porzellan. Auf einer einzigen Auktion erlösten die Stuttgarter 2013 rund 26 Millionen Euro – gut die Hälfte des Rekordumsatzes von 50 Millionen Euro in diesem Jahr. Den Höhepunkt bildete der Zuschlag über 3,7 Millionen Euro für eine Weinkanne aus dem kaiserlichen Haushalt – der höchste Millionenverkauf in der Geschichte des Auktionshauses.

In solchen Wochen geht es bei Nagel rund. Schon beim Aufbau muss jeder der 35 Mitarbeiter mit anpacken – egal ob Schreibkraft oder Akademiker. Fünf Tage lang dürfen die Interessenten jedes Stück gründlich in Augenschein nehmen, dann folgt der Auktionstag, der den Beteiligten nochmals alles abverlangt. Im Saal sind durchschnittlich 60, manchmal aber auch mehr als 200 Bieter anwesend. Zugleich laufen Gebote per E-Mail ein oder werden telefonisch eingeholt, ein Teil der Kaufinteressenten hat schon zuvor mit der Post sein Gebot abgegeben. Wegen des großen Anteils chinesischer Kunden beschäftigt Nagel vier

chinesische Muttersprachler, für die Auktionen werden zusätzlich freie Dolmetscher engagiert. „Eine Auktion beginnt morgens um acht Uhr und dauert nicht selten bis spät in die Nacht“, sagt Pressler.

Im Asienbereich stammen 95 Prozent der Objekte aus Sammlungen in Europa, demgegenüber kommen 95 Prozent der Kunden aus Asien, erklärt der Auktionator. Für viele

Kunstwerke und Kunsthandwerksobjekte ist es also eine Heimkehr. Die meisten von ihnen haben vor 100 bis 150 Jahren ihren Weg nach Europa gefunden – zu Preisen, von denen man heute nur noch träumen kann.

„Der Trend geht klar zu wirklich herausragenden Stücken“, bestätigt Pressler, was ihn natürlich freut, denn von jedem Verkauf erhält das Auktionshaus ein Drittel des Zuschlagspreises als „Aufgeld“ vom Käufer und rund 15 bis 25 Prozent als „Abgeld“ vom Verkäufer. Allerdings seien solche spektakulären Zuschläge für das extrem elitäre Image des Auktionsbetriebs verantwortlich, was insgesamt nicht der Wirklichkeit entspreche: „Ein sehr großer Teil der

Transaktionen spielt sich im Bereich unter 1000 Euro ab.“

Der Sammler, der die millionenschwere Weinkanne zwei Jahrzehnte zuvor für „nur“ 20 000 Mark gekauft hatte, dürfte damit eine kaum zu übertreffende Rendite erzielt haben. Dennoch raten die Fachleute eher davon ab, Kunstobjekte als Kapitalanlage zu kaufen: „Die Wertentwicklung ist immer stark spekulativ geprägt und damit unvorhersehbar“, so Imke Valentien. Entsprechend hoch sei das Risiko. Wem es vor allem um eine Kapitalanlage zu tun sei, dem empfiehlt sie deshalb den Aktienmarkt. Kunst sei etwas sehr Emotionales, sagt sie. „Für mich ist es eine Anlage für die Seele – man erfreut sich jeden Tag daran. Dieses Lebensgefühl wollen wir vermitteln.“ ◀

# 72%

der Galerien verkaufen ausschließlich Gegenwartskunst. <sup>1)</sup>



**Walter Beck**  
Redaktion  
Magazin Wirtschaft  
walter.beck@stuttgart.ihk.de

Quellen: 1) Galerienstudie 2013 des Instituts für Strategieentwicklung (IFSE); 2) Schätzung des Bundesverbands Deutscher Galerien und Kunsthändler (BVDG)