



# KUNST SAMMELN UND BESITZEN

Internationale Sammlerstudie  
von AXA ART



Seit mehr als fünfzig Jahren versichert AXA ART Kunstwerke und andere Wertgegenstände. Über Jahrzehnte hinweg begleiten wir Sammler aus aller Welt. Wir kennen ihre Einstellung zum Sammeln und legen Wert darauf, ihre Interessen und Anliegen zu verstehen. Generell hatten wir das Gefühl, mit der internationalen Sammlergemeinde vertraut zu sein – bis das Internet begann, auch ihre Gewohnheiten zu verändern.

Wir wurden neugierig und führten mehrere Dutzend ausführliche persönliche Interviews mit Sammlern. Die – noch hypothetischen – Ergebnisse dieser Dialoge dienten als Basis für eine weltweite, ausschließlich online durchgeführte Befragung. Ihre Teilnehmerzahl und ihre Ergebnisse waren erstaunlich; in dieser Broschüre sind sie zusammengefasst

Sie zeigt, dass sich weltweit das Verhalten von Sammlern verändert und dass dieser Wandel zu einem erheblichen Teil vom Internet geprägt ist.

Wir wünschen Ihnen eine interessante Lektüre.



Dirk Heinrich  
*Managing Director Deutschland / Österreich*  
AXA ART Versicherung AG

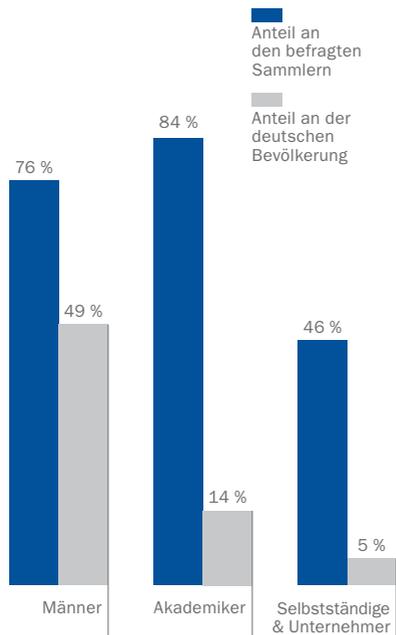
*Köln, im März 2014*



4	<i>Kunstsammler: Wer sammelt was, wie, warum und wo?</i>
12	<i>Eine Sammler-Typologie</i>
14	<i>Typ I: Die Kunstbegeisterten – Sammeln als Passion</i>
17	<i>Typ II: Die Bewahrer – Sammeln aus Tradition</i>
20	<i>Typ III: Die Investoren – Sammeln fürs Portfolio</i>
23	<i>Zur Methodik der Sammlerstudie von AXA ART</i>

# KUNSTSAMMLER: WER SAMMELT WAS, WIE, WARUM UND WO?

## Beschäftigungsstatus und Geschlecht



## 1. Wer sammelt?

Das Publikum von Galerien und Kunstmessen ist bunt gemischt – Frauen wie Männer, junge wie ältere Menschen flanieren durch Hallen und Ausstellungsräume. Museumsdirektorinnen, Künstlerinnen und Kritikerinnen spielen eine immer wichtigere Rolle.

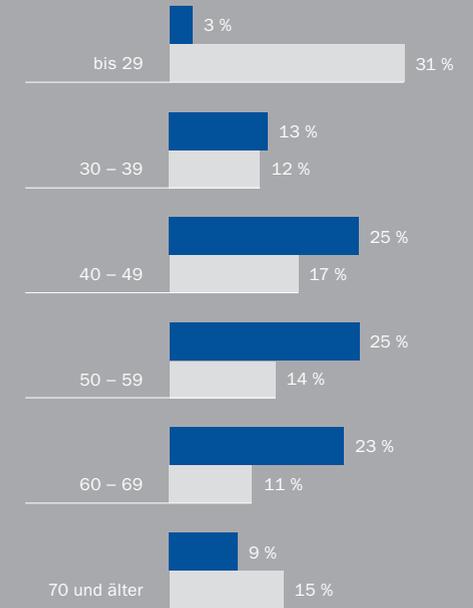
Insofern ist das erste Ergebnis der Sammlerstudie von AXA ART etwas überraschend: Der typische Kunstsammler ist nach wie vor ein Mann. 76 % der in unserer Studie interviewten Kunstsammler aus aller Welt sind männlich. Auch der Anteil der Akademiker, d. h. der Personen mit einem abgeschlossenen Hochschulstudium sowie der Selbstständigen und Unternehmer ist deutlich höher als im Durchschnitt der deutschen Bevölkerung.

*Der typische Kunstsammler ist männlich und Akademiker*

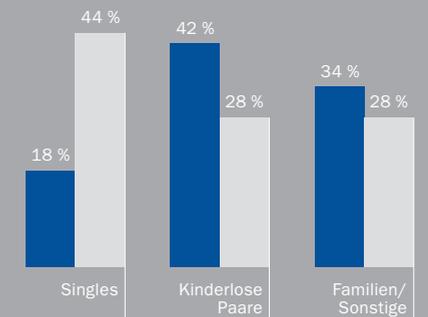
## Außerdem zeigt sich:

- **Kunstsammler sind mittleren Alters:** überdurchschnittlich häufig sind sie 40 bis 69 Jahre alt, fast drei Viertel der Studienteilnehmer fallen in diese Altersgruppe. Junge Leute unter 30 sammeln dagegen tendenziell eher seltener.
- **Kunstsammler leben oft als kinderlose Paare:** Singles gibt es unter den Kunstsammlern nur relativ wenige und Familien sind gegenüber kinderlosen Zwei-Personen-Haushalten ebenfalls unterrepräsentiert.

## Altersgruppen

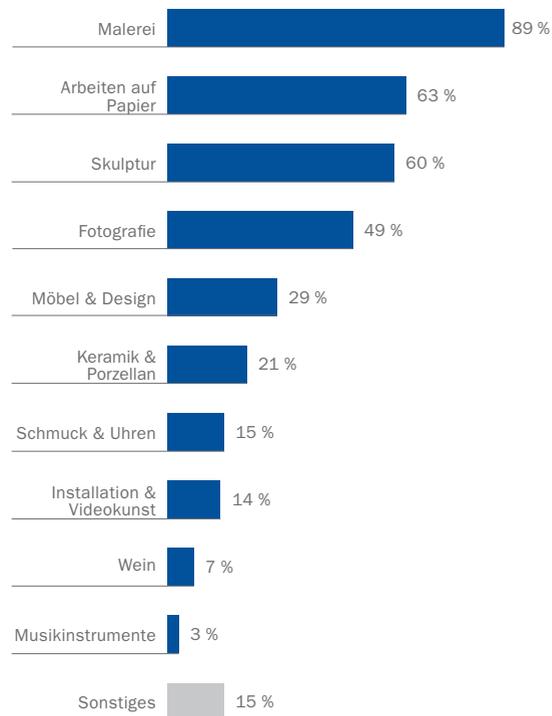


## Lebensformen



Gemälde stehen unangefochten auf Platz 1 der Beliebtheitsliste

Art der Sammlungsobjekte  
(Mehrfachnennungen möglich)

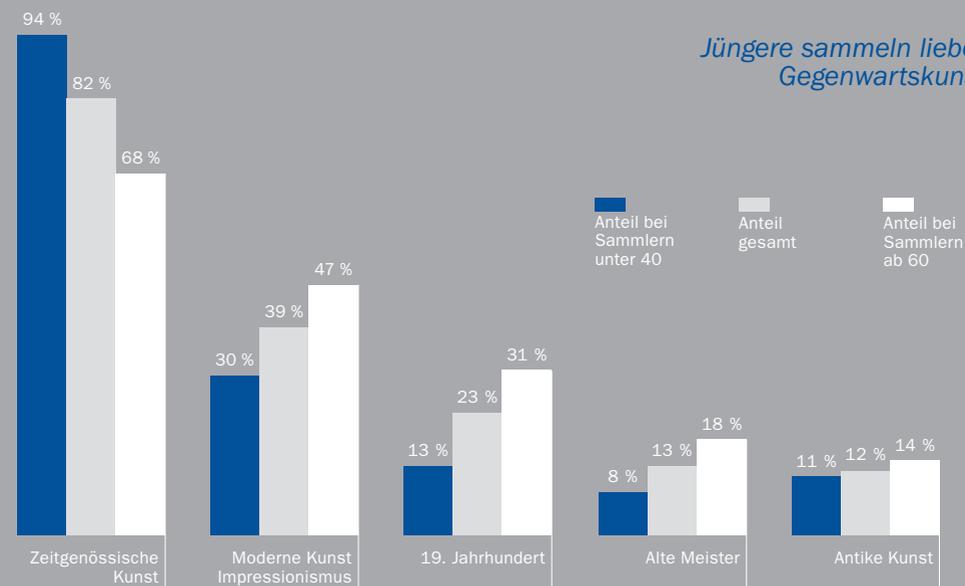


## 2. Was wird gesammelt?

Sammlungen hängen primär an der Wand: Gemälde und Arbeiten auf Papier führen die Beliebtheitsliste der Sammlungsobjekte an, neun von zehn Befragungsteilnehmern sammeln Malerei. Auf dem dritten Platz folgen Skulpturen mit 60 % der Sammlungen und knapp die Hälfte der Teilnehmer sammeln Fotografien.

Auf den hinteren Plätzen der Beliebtheitsliste landen klassische Sammlungsthemen wie Möbel, Porzellan oder Uhren. Zeitgenössische Installations- und Videokunstwerke sind ebenfalls eher seltene Sammlungsobjekte: nur 14 % der Sammler engagieren sich hier.

## Sammlungskategorien



## Was die inhaltlichen Kategorien der Sammlungsobjekte angeht, gab es bei der Sammlerstudie von AXA ART zwei klare Tendenzen:

- **Je neuer, desto beliebter.** Die überwiegende Mehrheit der teilnehmenden Sammler – 82 % – erwirbt vorwiegend Gegenwartskunst. Klassische Moderne und Impressionismus landen mit deutlichem Abstand auf dem zweiten Platz (mit 39 % der Sammler). Nur eine kleine Minderheit sammelt noch ältere Objekte wie Kunstwerke des 19. Jahrhunderts, alte Meister oder Kunst der Antike.
- **Vorlieben sind stark altersabhängig.** Bei den unter 40-jährigen ist die Präferenz für zeitgenössische Kunstwerke besonders ausgeprägt, während ältere Sammler jenseits der 60 oft auch Werke früherer Epochen und Antiken kaufen. Auch sie allerdings sammeln bevorzugt Gegenwartskunst.

*Bevorzugt wird zeitgenössische Kunst gesammelt*

Jede zehnte Sammlung ist über eine Million US-Dollar wert

### 3. Wie wird gesammelt?

Wie agieren Sammler – im kleinen Maßstab oder im großen Stil? Geplant oder spontan? Schon lange oder erst seit kurzem? Auf diese Fragen gibt die Sammlerstudie von AXA ART interessante Antworten:

1. Wer sammelt, tut das eher im großen Stil: Nur wenige der teilnehmenden Sammler besitzen kleine Sammlungen mit weniger als 25 Objekten (15 %) bzw. einem Wert von weniger als 100.000 US-Dollar (22 %). Immerhin 11 % der Sammlungen sind über eine Million US-Dollar wert. Und ein Drittel der Sammler hüllt sich in Schweigen, was den Wert und die Größe ihrer Sammlungen angeht.

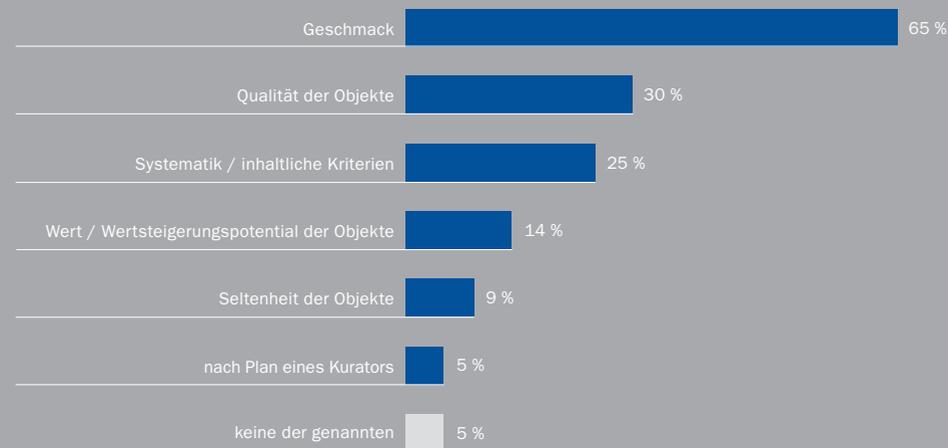
2. Viele Sammler kaufen nach Instinkt: Zwei Drittel der Teilnehmer bejahen die Aussage „Ich sammle nicht systematisch, sondern setze den Schwerpunkt danach, was mir gefällt“. Andere Sammelkriterien wie die Qualität der Objekte, inhaltliche

Aspekte, Wert bzw. Wertsteigerungsaussichten oder die Seltenheit des Gesammelten spielen weitaus seltener eine Rolle – z. B. sammelt nur jeder Vierte „systematisch nach bestimmten inhaltlichen Kriterien“. Immerhin 5 % der Umfrageteilnehmer lassen ihre Sammlung von einem Kurator planen.

3. Wie Menschen Kunst sammeln, hängt auch davon ab, in welcher Sammelphase sie sich befinden. Dabei lassen sich fünf Typen unterscheiden:

- **Junge Sammler:** 8 % der Umfrageteilnehmer haben nach eigener Aussage „erst vor kurzem zu sammeln begonnen“.
- **Aktive Sammler:** 45 % sagen von sich, dass sie „schon eine Weile kontinuierlich sammeln“.
- **Sporadische Sammler:** 18 % tätigen Ankäufe für ihre Sammlung nur „hin und

### Sammelstrategien (Mehrfachnennungen möglich)



Hauptkriterium:  
der eigene Geschmack

wieder in Phasen, mit langen Pausen zwischendurch“.

- **Reife Sammler:** Für 16 % ist der Höhepunkt des Sammelns schon vorbei – sie sammeln „nicht mehr so intensiv wie früher“.
- **„Nichtsammler“:** Immerhin 11 % der Teilnehmer sagen von sich, sie würden „sich selbst nicht als Sammler betrachten“.

### 4. Warum wird gesammelt?

Das zentrale Motiv der meisten Sammler ist ein emotionales: Freude am Sammeln und Leidenschaft für die Kunst. Nach ihrer Motivation befragt, stimmt die überwiegende Mehrheit der Sammler den folgenden Aussagen zu:

- „Ich möchte gerne schöne Dinge besitzen und mich mit ihnen umgeben“ (80 %)
- „Mir macht es Spaß, mich mit Kunst zu beschäftigen und mir über die Zeit ein umfassendes Wissen darüber aufzubauen“ (79 %)
- „Sammeln ist für mich Leidenschaft“ (72 %)

Kernmotiv:  
Freude am Sammeln

Wichtigste Informationsquelle:  
die Kunstmessen

## 5. Wo wird gesammelt?

Vor dem Kauf kommt die Information – das gilt für Kunst noch stärker als für andere Objekte: Drei Viertel der teilnehmenden Sammler finden den Informationsaustausch mit anderen „wichtig“ oder „sehr wichtig“, nur 4 % halten ihn für „gar nicht wichtig“.

Und wo tauscht man sich aus? Ganz einfach: auf der Messe. 95 % der Sammler besuchen Kunstmessen. Als Orte des Kunstkaufs belegen sie zwar nur Platz 4 der Rangliste, aber zwei Drittel der Studienteilnehmer finden Messen und Ausstellungen als Informationsquellen „sehr wichtig“ oder „wichtig“. Über die Hälfte der Sammler nutzt gezielt das Internet, die meisten informieren sich aus mehreren Quellen:

- **Messen, Ausstellungen, Events, Vorträge (64 %)**
- **Galerien (62 %)**

- **Printmedien, Fachzeitschriften, Zeitungen, Bücher (58 %)**
- **Gespräche mit Künstlern (56 %)**
- **privates Umfeld (52 %)**
- **Online-Medien, Webseiten, Internetforen, soziale Medien (51 %)**

Art Consultants (21 %) oder Funk und Fernsehen (8 %) spielen als Informationsquellen zum Thema Kunst allenfalls Nebenrollen.

Aber um welche Art von Informationen geht es dabei? Trends auf dem Kunstmarkt? Wichtige Veranstaltungen? Den Wert bestimmter Kunstwerke? Fragen zum Umgang mit Kunst? All diese Themen sind von eher sekundärem Interesse – 77 % aller Sammler finden Informationen über einzelne Künstler am spannendsten.

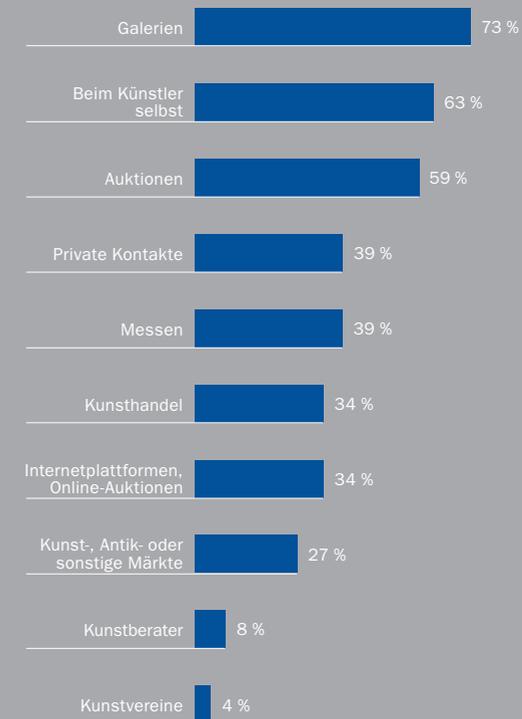
Trotz Internetauktionen, Kunstmessen und Offenen Ateliers: die traditionelle Kunstgalerie ist nach wie vor der beliebteste Ort des Kunstkaufs. Auf die Frage

„Wie und wo kaufen Sie Ihre Kunstwerke bzw. Sammelobjekte?“ antworteten 73 % der Sammler, sie würden in Galerien kaufen. Über die Hälfte nutzen außerdem Atelierbesuche bei Künstlern und Auktionen als Gelegenheiten zum Kunstkauf.

Das Internet spielt dagegen als Kunstmarktplatz noch eine nachgeordnete Rolle. Zwar nutzen fast alle Sammler – 95 % der Umfrageteilnehmer – das Netz als Informations- und Kommunikationsmedium. Das Internet dient dabei vor allem der gezielten Suche nach Kunstobjekten und der Kaufanbahnung. 34 % haben allerdings auch schon über ein Online-Portal Kunst gekauft. Für 42 % kommt dies nicht in Frage: Sie können sich „überhaupt nicht vorstellen“, Kunst im Internet zu kaufen.

Internet: noch eher Recherche-  
medium als Kunstmarkt

## Orte des Kunstkaufs (Mehrfachnennungen möglich)



# EINE SAMMLER-TYOLOGIE



*Zwischen den drei Typen gibt es viele Überschneidungen*

## Unsere Befragung zeigt:

Kunstsammler sind eine sehr spezielle, in sich relativ homogene Gruppe innerhalb der Bevölkerung – eher männlich, eher gebildet, eher in kinderloser Partnerschaft lebend.

Innerhalb dieser Gruppe gibt es allerdings verschiedene Typen. Mit Hilfe einer multivariaten Datenanalyse konnten drei verschiedene Sammlertypen identifiziert werden. Sie sammeln mit unterschiedlichen Schwerpunkten, aus unterschiedlichen Motiven und auf unterschiedliche Weise.

- **Typ I: die Kunstbegeisterten** – Für sie sind das Sammeln und die Beschäftigung mit Kunst eine Leidenschaft, als Gegengewicht zum Alltag.
- **Typ II: die Bewahrer** – Sie führen mit ihrer Sammeltätigkeit eine Familientradition fort.

Diese beiden ersten Sammlertypen sind sozusagen „klassische“ Sammler; schon seit Hunderten von Jahren gibt es solche Kunstsammler in Adel, Klerus und Bürgertum. Wie die Ergebnisse unserer Studie zeigen, hat sich allerdings in der letzten Zeit ein weiterer, ganz neuer Typus entwickelt:

- **Typ III: die Investoren** – Sie betrachten ihre Sammlung als Bestandteil ihres Vermögens-Portfolios und setzen primär auf Werterhalt und Wertsteigerung.

Bei dieser Unterscheidung sollte nicht vergessen werden, dass alle drei Typen eine zentrale Eigenschaft teilen: Sie sind Kunstliebhaber, denen das Sammeln Freude bereitet. Und natürlich gibt es vielfältige Überschneidungen zwischen ihnen: Auch Kunstbegeisterte stellen finanzielle Überlegungen an. Eine Familientradition kann sich zur intensiven Leidenschaft entwickeln. Und manch ein Investor freut sich, wenn seine Wertanlage auch Kinder

und Kindeskiner zu Sammlern werden lässt.

Die Anteile der drei Gruppen – 37 % Kunstbegeisterte, 16 % Bewahrer, 24 % Investoren – umfassen also auch Mischformen. Immerhin ein Drittel aller Studienteilnehmer bleibt dabei ausgespart:

- **Typ IV: die hybriden Sammler** – Ihre Motive sind so vielfältig, dass sie keiner Gruppe eindeutig zuzuordnen sind.

*„Aufsteiger“ unter den Sammlern: die Investoren*

# TYP I: DIE KUNSTBEGEISTERTEN – SAMMELN ALS PASSION

*Begeisterung – Das älteste Sammlermotiv ist auch heute noch vorherrschend*

Kunstbegeisterte Sammlernaturen gibt es schon seit Jahrhunderten. Papst Julius II. vergab Aufträge an Raffael und Michelangelo und legte mit seiner Sammlung antiker Statuen den Grundstein der Vatikanischen Museen. August der Starke sammelte riesige Mengen von Kunstschätzen im Grünen Gewölbe in Dresden.

Die Großsammler der vergangenen Jahrzehnte entstammten eher dem Bürgertum – das Aachener Sammlerehepaar Ludwig, der Schraubenfabrikant Reinhold Würth und der ehemalige Verleger Frieder Burda erlangten als Sammler und Museumsstifter internationale Berühmtheit.

## Wer sind die Kunstbegeisterten?

Der Kunstbegeisterte ist der Inbegriff des Sammlertyps: Das Sammeln ist seine Passion, er liebt die Kunst leidenschaftlich und beschäftigt sich ausgiebig damit, auch wenn seine beruflichen Schwerpunkte möglicherweise in anderen Bereichen liegen.

Sein Kernmotiv fasst dieser Sammlertyp in folgendem Satz zusammen:

**„Für mich ist das Sammeln ein emotionaler und kreativer Ausgleich“**



## Weitere wichtige Motive des Sammelns sind für ihn:

- **Passion („Sammeln ist für mich Leidenschaft“)**
- **Ausdruck der eigenen Persönlichkeit**
- **Knüpfen neuer Kontakte und Freundschaften**

Kurz: Der Kunstbegeisterte liebt und genießt alles, was mit Kunst und der Beschäftigung mit Kunst zu tun hat und sieht das Sammeln als menschliche Bereicherung.

## Was sammeln sie?

Sammler dieses Typs interessieren sich in erster Linie für Gegenwartskunst. 86 % der Kunstbegeisterten sammeln zeitgenössische Werke – hauptsächlich Gemälde, aber auch überdurchschnittlich häufig Skulpturen, Fotografie, Arbeiten auf Papier und ungewöhnlichere Sammelobjekte wie Installationen und Videokunst.

Zwei Drittel der Kunstbegeisterten bezeichnen ihre Kenntnisse über Kunst selbst als „gut“ oder „sehr gut“, ein Drittel baut die eigene Sammlung systematisch nach inhaltlichen Kriterien auf. 30 % der Sammler dieser Gruppe haben schon Werke aus ihrer Sammlung als Leihgaben in Ausstellungen oder Museen gegeben.

*Der Kunstbegeisterte ist fachkundiger Sammler von Gegenwartskunst*

*Hauptinteresse: Künstler,  
nicht Wertentwicklungen*

### **Wo und wie sammeln Kunstbegeisterte?**

Kunstbegeisterte sind die wichtigsten Kunden der Galerien: 79 % von ihnen kaufen dort Kunstwerke ein. Dieser Sammlertyp äußert außerdem das stärkste Interesse am Besuch von Kunstmesse und deren Begleitveranstaltungen, er ist regelmäßiger Gast – und Käufer – bei den großen internationalen Messen für zeitgenössische Kunst.

Allerdings besucht er auch Künstler im Atelier und legt nach eigener Aussage großen Wert auf den persönlichen Kontakt und Austausch mit Künstlern. Zwei Drittel der Sammler aus dieser Gruppe haben schon Werke direkt im Künstleratelier erworben und 60 % geben an, sie hätten auch schon online Objekte gekauft.

Diese Gruppe legt nach eigenen Angaben besonders großen Wert auf den Austausch mit anderen zum Thema Kunst bzw. Sammelobjekte – vier von fünf Kunstbegeisterten bezeichnen ihn als „wichtig“ oder „sehr wichtig“. Ihr Informationsinteresse gilt dabei in erster Linie einzelnen Künstlern – 80 % finden dieses Thema relevant. Fragen zu Wert und Wertentwicklung von Kunst interessieren dagegen nur jeden vierten Kunstbegeisterten.

Die bevorzugte Informationsquelle dieser Gruppe ist die klassische Galerie, Messen und Printmedien folgen erst auf Platz zwei und drei.

## TYP II: DIE BEWAHRER – SAMMELN AUS TRADITION



In vielen Familien hat das Sammeln Tradition. Adelsgeschlechter und Großbürgerdynastien sammeln oft schon seit längerer Zeit – jede Generation entwickelt die Familiensammlung weiter oder beginnt eine eigene.

Die US-Industriellenfamilie Guggenheim hat gleich zwei weltberühmte Sammlerpersönlichkeiten hervorgebracht: Solomon Guggenheim, den Stifter des Guggenheim-Museums in New York und seine Nichte Peggy Guggenheim, deren Sammlung in Venedig zu sehen ist.

In Deutschland setzte Herzog Franz von Bayern die jahrhundertealte Familientradition der Wittelsbacher Gemäldesammlung fort – als engagierter Sammler von Künstlern wie Beuys, Richter und Baselitz.

### **Wer sind die Bewahrer?**

Bewahrer müssen nicht unbedingt einer reichen oder hochadeligen Familie entstammen. Auch in Bezug auf Alter, Geschlecht, Beruf oder Bildungsstand ist diese Sammlergruppe nicht nennenswert anders als die übrigen beiden.

Ihre Motivation allerdings unterscheidet sich deutlich – überdurchschnittlich wichtig finden sie folgendes Motiv:

**„Sammeln war bzw. ist in meiner Familie Tradition“**

*Schon lange gibt es adelige und bürgerliche „Sammlerfamilien“*

### **Außerdem nennt diese Gruppe als wichtige Motive für das Sammeln:**

- **Erhaltung und Förderung kultureller Werte**
- **Schöne Dinge besitzen und sich mit ihnen umgeben**

Kurz: Der Bewahrer entspricht dem Bild des klassischen Sammlers, der schöne Kunstobjekte geerbt oder erworben hat, sich an ihnen erfreut und sie für die Nachwelt bewahrt. Finanzielle Erwägungen spielen dagegen nur eine nebensächliche Rolle – Sammeln als Investition stuft diese Gruppe als „weniger wichtig“ ein.

### **Was sammeln sie?**

Die Gruppe der Bewahrer bevorzugt zwar – wie die überwiegende Mehrheit aller Studienteilnehmer – Gemälde und zeitgenössische Kunst als Sammlungsthemen. Darüber hinaus interessieren sie sich aber überdurchschnittlich häufig für traditionelle Sammelgebiete wie Möbel, Schmuck und Uhren, Keramik und Porzellan oder Wein. Auch was die Epochen angeht, sind sie weniger zeitgenössisch orientiert als die Kunstbegeisterten: Sie sammeln häufiger Werke des 19. Jahrhunderts, alte Meister oder antike Kunst.

Oft sind Bewahrer erfahrene – und verschwiegene – Sammler: 41 % von ihnen sammeln selbst seit mehr als 20 Jahren und fast ebenso viele möchten zum Wert ihrer Sammlung keine Angaben machen. Zwei Drittel sammeln nach eigenen Angaben nicht systematisch, sondern „dann, was mir gefällt“.

### **Wo und wie sammeln Bewahrer?**

Diese Sammlergruppe kauft ebenfalls am häufigsten in Galerien, nutzt aber auch überdurchschnittlich oft private Kontakte, Messen, den klassischen Kunsthandel und Antik- oder Kunstmärkte für Ankäufe. Auch in Bezug auf das Internet zeigt sich eine eher konservative Einstellung: Fast die Hälfte der Bewahrer hat noch nie online Kunstobjekte erworben, vermutlich auch deshalb, weil zwei Drittel von ihnen es wichtig finden, ein Objekt vor dem Kauf physisch ansehen zu können.

Auch als Informationsquelle nutzt diese Gruppe das Internet relativ selten – sie informiert sich lieber auf Messen, in Galerien und aus Printmedien über Kunst und Sammelobjekte. Dabei gilt das Interesse primär einzelnen Künstlern, außerdem überdurchschnittlich häufig Fragen

des Umgangs mit Sammlungsobjekten. Themen wie die generelle Entwicklung des Kunstmarktes oder Wert und Wertentwicklung einzelner Künstler und Werke interessieren nur jeden dritten bzw. jeden vierten Sammler dieses Typs.

# TYP III: DIE INVESTOREN – SAMMELN FÜRS PORTFOLIO

*Kunstpreise werden beobachtet  
wie Aktienkurse*

Neben die klassischen Sammlertypen der Kunstbegeisterten und der Bewahrer ist in den letzten Jahren ein dritter Typus getreten: Eine steigende Zahl von Sammlern kauft Kunst nicht nur aus ideellen Gründen, sondern auch als Wertanlage.

Diverse Informationsangebote richten sich spezifisch an diese Gruppe: Jährlich informiert der sogenannte Kunstkompass wie ein Börsenbrief über „Aufsteiger“, „Rankings“ und „Punktesieger“ unter den Gegenwartskünstlern, passenderweise nicht in einer Kunst- sondern in einer Wirtschaftszeitschrift. Auf speziellen Websites lassen sich Preise einzelner Künstler oder Werke wie Aktienkurse verfolgen. Solche Informationsangebote richten sich an einen neuen Sammlertyp – den „Investor“.

## Wer sind die Investoren?

Investoren wären keine Kunstsammler, wenn sie Kunst nicht schätzen würden – wie bei den beiden anderen Sammlertypen gehört zu ihren wichtigsten Motiven die Freude am Besitz schöner Dinge.

Ein Kernmotiv unterscheidet sie jedoch deutlich:

**„Ich möchte mein Vermögen durch Diversifikation absichern und mein Geld nicht nur klassisch auf Immobilien- und Finanzmärkten anlegen.“**



## Drei weitere Motive für das Sammeln von Kunst bezeichnen die Investoren ebenfalls überdurchschnittlich oft als wichtig:

- Möglichkeit der Wertanlage
- Spaß am Spekulieren mit Kunst- und Sammelobjekten
- Sammeln als Möglichkeit, die eigene gesellschaftliche Position auszudrücken

Der Investor sieht die Kunst also zumindest unter anderem als Vermögensbestandteil und Statussymbol und beurteilt sie unter den Gesichtspunkten von Wertentwicklung und -erhalt.

## Was sammeln sie?

Bei den Investoren ist die Vorliebe für Gegenwartskunst etwas weniger stark ausgeprägt als bei den anderen Gruppen. Drei Viertel sammeln zwar Zeitgenössisches, immerhin 43 % aber auch Werke der Moderne und des Impressionismus.

Bei der Art der Objekte haben Investoren eine klare Präferenz: 91 % dieser Gruppe sammeln Gemälde; Skulpturen und Papierarbeiten belegen mit deutlichem Abstand den zweiten Platz, mit je 57 %. Nur eine Minderheit der Investoren kauft auch andere Sammlungsobjekte wie Fotografien, Uhren und Schmuck oder Möbel.

*Gesucht: Hochwertiges  
mit Wertzuwachs*

## Schnäppchenjagd auf Auktionen und im Internet

Relativ viele Investoren sammeln erst seit weniger als fünf Jahren und die eigene Expertise zum Thema Kunst beurteilen sie vorsichtig – jeder fünfte gibt zu, sich kaum oder „so gut wie gar nicht“ mit Kunst auszukennen.

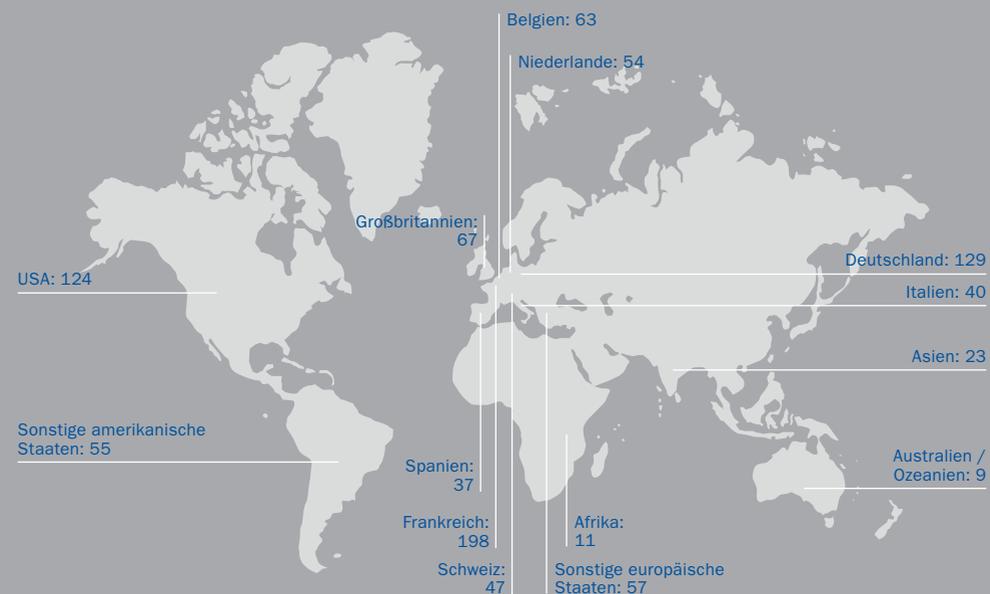
Insofern setzen sie beim Aufbau ihrer Sammlung weniger auf inhaltliche Strategien, sondern – neben dem eigenen Geschmack – auf das Sammeln von qualitativ hochwertigen oder seltenen Objekten mit potentiell Wertzuwachs.

### Wo und wie sammeln Investoren?

Auktionen sind für Investoren – anders als für andere Sammler – eine fast ebenso wichtige Ankaufsquelle wie Galerien. Nachdem diese Gruppe persönliche Kontakte und den Austausch mit anderen eher weniger wichtig findet, besucht sie relativ selten Kunstmessen und Ateliers. Stattdessen erwerben Investoren überproportional oft Kunst im Internet: Zwei Drittel von ihnen kaufen Kunstwerke oft, gelegentlich oder immer online ein.

Überproportional häufig lassen sich Investoren dabei von spezialisierten Art Consultants beraten, außerdem nutzen sie besonders intensiv Online-Medien als Informationsquelle. Besonders interessant finden sie dabei naturgemäß Informationen über einzelne Künstler, Marktentwicklungen und Trends sowie den Wert und die Wertentwicklung bestimmter Werke oder Objekte.

# ZUR METHODIK DER SAMMLERSTUDIE VON AXA ART



### Durchführendes Marktforschungsinstitut:

infas Institut für angewandte Sozialwissenschaft GmbH

### Art der Befragung:

Internationale, mehrsprachig durchgeführte Online-Befragung. Es gilt zu beachten, dass die Befragung online stattfand und somit lediglich ein Teil der Kunstsammler abgebildet werden kann. Ebenso wurde der Schwerpunkt der Befragung in den Hauptmärkten von AXA ART (USA, Deutschland, Frankreich, UK und CH) gelegt.

### Zeitraum:

28. Januar bis 25. Februar 2013

### Samplegröße:

972 Teilnehmer

**IMPRESSUM**

*Herausgeber:*  
AXA ART Versicherung AG  
Colonia-Allee 10-20  
51067 Köln  
[www.axa-art.com](http://www.axa-art.com)

*Verantwortlich i.S.d.P.: Silke Kastien*  
*Text und Konzept: Sofia Blind*  
*Layout: [www.twoculture.eu](http://www.twoculture.eu)*