

Galerienstudie 2020

Berlin, 8. September 2020

Das Institut für Strategieentwicklung (IFSE) stellt in Kooperation mit dem Bundesverband Deutscher Galerien und Kunsthändler (BVDG) Ergebnisse der bundesweiten Umfrage zur aktuellen Situation der Galerien in Deutschland vor.

237 von etwa 700 Galerien haben an der Umfrage teilgenommen

Wir gehen von etwa 700 professionellen Galerien in Deutschland aus. Die Umfrage wurde online durchgeführt. Der Fragebogen hatte 62 quantitative und qualitative Fragen. Das Ausfüllen des Fragebogens nahm im Durchschnitt etwa 26 Minuten in Anspruch. Eingeladen wurden mehr als 450 Galerien per E-Mail vom BVDG. Die Umfrage wurde zudem an regionale Netzwerke weitergeleitet, unter anderem an die Interessengemeinschaft Stuttgarter Galerien und in Berlin an die Mitglieder des Landesverbandes Berliner Galerien (lvbg) sowie an die Teilnehmer*innen des Gallery Weekend. Die Umfrage wurde vom 21. August bis 31. August 2020 durchgeführt. Zu 85% wurde der Fragebogen von den Inhaber*innen persönlich ausgefüllt. Das Geschlechterverhältnis war fast ausgeglichen: 120 Männer, 115 Frauen (keine Angabe: 2). Die Berufserfahrung der Teilnehmer*innen liegt durchschnittlich bei knapp 20 Jahren (19,6 Jahre). Die Verteilung der Antworten in der Umfrage ist nach allen relevanten Kriterien repräsentativ für die etwa 700 Galerien in Deutschland.

Deutsche Galerien sind im Schnitt 23 Jahre alt

Die letzte Erhebung durch die Pilotstudie des IFSE 2013 bezog sich auf das Jahr 2012. Seitdem haben einige Galerien geschlossen, allerdings sind seit 2013 auch mehr als 100 Galerien neu eröffnet worden, wie das Ergebnis der Antworten auf die Frage zeigt: „In welchem Jahr wurde Ihre Galerie gegründet?“ Die Verteilung der Galerien hat sich nicht stark verändert: Etwa ein Drittel der Galerien hat ihren Standort in Berlin. Fast ein Viertel der Galerien sind in Nordrhein-Westfalen ansässig, dort hauptsächlich in Köln und Düsseldorf. Weitere wichtige Standorte sind München, Hamburg, Frankfurt am Main und Stuttgart.

Fokus Primärmarkt

Die Tätigkeitsfelder der Galerien sind vielfältig. Bei 73% der Befragten steht der Primärmarkt im Fokus, bei 17% der Sekundärmarkt. Etwa 5% nennen Kunstberatung oder den Verkauf von Editionen als ihr wichtigstes Tätigkeitsfeld (es war nur eine Nennung möglich). Entsprechend verteilt sich der Umsatz zu 75% auf den Primärmarkt und zu 25% auf den

Sekundärmarkt. Bei der Frage, in welchen Bereichen die Galerie aktiv ist, ergab sich folgende Verteilung (Mehrfachnennung möglich):

- Verkäufe im Primärmarkt: 92%
- Verkäufe im Sekundärmarkt: 48%
- Kunstberatung: 67%
- Verlegen von Kunstdokumentationen (u.a. Kataloge, Monografien): 47%
- Verkauf von Editionen: 42%
- Veranstaltungen (z.B. Talks, Lesungen, Konzerte): 50%
- Kuratieren von Ausstellungen in anderen Institutionen: 38%
- Vermitteln von Leihgaben: 36%

Über 3.000 Arbeitsplätze

Seit 2012 sind die großen Galerien überproportional gewachsen – was dort zu einem Anstieg der Arbeitsplätze geführt hat. So stellen die Berliner Galerien mittlerweile mehr als die Hälfte aller Arbeitsplätze von Galerien in Deutschland. Neben den etwa 1.000 Inhaber*innen arbeiteten in deutschen Galerien knapp 1.300 Beschäftigte sowie knapp 400 geringfügig Beschäftigte und knapp 800 freie Mitarbeiter*innen. Durch COVID-19 sind etwa 10% der Arbeitsplätze weggefallen.

Über 4.000 Ausstellungen auf über 100.000 Quadratmetern

Auf Flächen von 20 qm bis 1.000 qm haben die Galerien im Jahr 2019 mehr als 4.000 Ausstellungen veranstaltet. Zu den Vernissagen kamen mehr als 400.000 Besucher*innen. Hinzu kamen knapp 1.2 Mio. Besucher*innen während der Öffnungszeiten von durchschnittlich 30 Stunden in der Woche. Jede Galerie veranstaltet im Jahr etwa 6 Ausstellungen. Der mittlere Wert der Ausstellungsflächen liegt bei 154 qm. Die gesamte Ausstellungsfläche beträgt 107.000 qm.

14.000 Künstler*innen

Alle deutschen Galerien zusammen vertreten etwa 14.000 Künstler*innen. 35% davon sind Frauen. Vor sieben Jahren lag der Anteil noch bei 25%.

Malerei bleibt mit Abstand die wichtigste Kunstgattung

Wenn es nur eine Antwortmöglichkeit gibt, ist für 67% der Galerien die Malerei aus wirtschaftlicher Perspektive am wichtigsten. Es folgt die Kunstgattung Skulptur mit rund 9%. Bei Mehrfachnennung („Welche Kunstgattungen werden in Ihrer Galerie angeboten?“) entsteht folgendes Bild:

- Malerei: 97%
- Skulptur: 88%
- Zeichnung: 85%

- Fotografie: 61%
- Druckgrafik: 55%
- Installation: 49%
- Medienkunst: 30%
- Performance: 13%

Wichtige Aspekte für den Erfolg der Arbeit?

Gefragt nach den wichtigsten Aspekten für den Erfolg ihrer Arbeit, steht an erster Stelle die eigene Website. Als wichtig für den Erfolg der eigenen Arbeit werden weiterhin angesehen:

- Empfehlungen durch bestehende Kund*innen
- Ausstellungseröffnungen
- Pressearbeit und
- Messeteilnahmen

Als eher unwichtig werden Kunstmarktpläte und „Online Viewing Rooms“ eingestuft. Hier scheint im Augenblick eine Veränderung möglich. Denn runde 15% vom Umsatz wurden 2019 bereits online erzielt. Das sind bundesweit immerhin etwa 140 Mio. Euro. Bis auf weiteres bleiben allerdings analoge Messen und Ausstellungen unverzichtbar.

Messeteilnahmen

Zwei Drittel aller Galerien nehmen an Kunstmessen teil. Diese Galerien nehmen an durchschnittlich drei Messen im Jahr teil. Der Anteil, der 2019 auf Kunstmessen erzielt wurde, lag im Durchschnitt bei einem Drittel des gesamten Umsatzes, wobei manche Galerien auf mehreren Messen den hauptsächlichen Anteil ihres Umsatzes erzielen. Etwa 30% der befragten Galerien haben 2019 an der Art Karlsruhe und der Art Cologne teilgenommen. Rund 17% haben auf der Art Basel ausgestellt.

890 Millionen Euro Umsatz im Jahr 2019

Nach 450 Mio. Euro Umsatz im Jahr 2012 haben die Galerien im letzten Jahr 890 Mio. Euro Umsatz erzielt. Galerien erzielen 40% ihres Umsatzes mit Kunden aus der Region und 40% mit Kunden aus Deutschland außerhalb der Region. 20% vom Umsatz stammt von internationalen Kunden. Bei den großen Galerien werden international höhere Umsätze erzielt, deshalb stammen bei diesen mehr als 40% des gesamten Umsatzes aus dem Ausland, nur rund 20% aus der Region und etwa ein Drittel aus Deutschland außerhalb der Region. Besonders stark ist dieser Zusammenhang in Berlin zu beobachten, wo mit 350 Mio. Euro Umsatz etwa 40% des gesamten Umsatzes in Deutschland erwirtschaftet werden: Mehr als die Hälfte (52%) des Umsatzes Berliner Galerien stammt von internationalen Kunden. Rund 12% stammt von Kunden aus Berlin.

Unterschiedliche Welten – große Unterschiede bei den Umsätzen

Die Umsätze der Galerien verteilen sich sehr unterschiedlich. Der mittlere Wert (Median) liegt bei 250.000 Euro. 50% der Galerien liegen darüber – zum Teil deutlich, 50% liegen darunter. Mehr als 100 Galerien, etwa 17% aller Galerien haben einen Umsatz von mehr als 1,5 Mio. Euro im Jahr erzielt. Zusammen erzielen sie damit 80% des gesamten Jahresumsatzes deutscher Galerien. 25% der Galerien liegen in einem Bereich von 400.000 Euro bis zu 1,5 Mio. Euro. Diese Galerien, die als Mittelstand der deutschen Galerien bezeichnet werden können, erwirtschaften zusammen 13% des gesamten Jahresumsatzes. 60% der Galerien liegen unter dem Umsatz von 400.000 Euro und erwirtschaften zusammen knapp 7% vom gesamten Jahresumsatz. Bei allen Umsätzen ist zu berücksichtigen, dass die Umsatzsteuer, der i.d.R. 50%ige Kommissionsanteil an die Künstler*innen, die Künstlersozialabgabe sowie andere Abgaben und Kosten abgezogen werden müssen, bevor aus dem Umsatz ein Gewinn entstehen kann. Die deutlichen Unterschiede zwischen den drei Umsatzsegmenten korrespondieren mit den unterschiedlichen Welten und Herausforderungen der Galerien. So konkurrieren die umsatzstarken Galerien mit durchschnittlich etwa 6 Mio. Euro Umsatz auf dem internationalen Kunstmarkt mit sehr viel größeren Galerien und Auktionshäusern. Sie haben hohe Kosten durch die höhere Anzahl der Mitarbeiter*innen, Messeteilnahmen und mehr Logistik zu stemmen. Die kleinen Galerien mit durchschnittlich etwa 150.000 Euro Jahresumsatz präsentieren oft hochambitionierte Programme unter Bedingungen der Selbstausbeutung. Sie können in der Regel nur schwer von dem Betrag leben, der vom Umsatz nach Abzug aller Kosten übrig bleibt. Dazwischen liegen die mittleren Galerien mit durchschnittlich etwa 650.000 Euro Umsatz im Spannungsfeld zwischen überregionaler Konsolidierung und internationaler Expansion.

Prognose für 2020: 600 Mio. Euro Umsatz

Im ersten Halbjahr 2020 wurden 336 Mio. Euro Umsatz erwirtschaftet. Galerien erwarten im Durchschnitt für das Gesamtjahr 2020 mehr als 40% Verlust. Manche Galerien befürchten sogar einen vollständigen Zusammenbruch ihres Geschäfts. Durch COVID-19 musste der Ausstellungsbetrieb unterbrochen und stark eingeschränkt werden, im Durchschnitt wurden die Galerien für acht bis neun Wochen geschlossen. Die Öffnungszeiten wurden nach dem Lockdown um etwa 20% reduziert. Kunstmessen wurden abgesagt. Internationale Besucher*innen und Käufer*innen kamen nicht mehr. Bei einer detaillierten Analyse der geschätzten Umsätze für dieses Jahr ergibt sich eine Prognose von 600 Mio. Umsatz, also 290 Mio. weniger als 2019 - das ist ein Minus von 32,6%. Die gegenwärtige Krise wirkt sich für jede Galerie individuell unterschiedlich aus.

Neue Positionierung nach der Pandemie?

Die durch COVID-19 verursachte Situation des Wegfalls von Kunstmessen, Ausstellungen, Veranstaltungen und Projekten ist von vielen Galerist*innen genutzt worden, um Kunst online zu zeigen und zu vermitteln; wieder mehr mit Sammler*innen zu telefonieren; mit den wenigen Besucher*innen intensive Gespräche zu führen; mehr Zeit für die Vermittlung der Kunst einzusetzen. Zudem gab es mehr Zeit zum Nachdenken hinsichtlich der eigenen Positionsbestimmung und Fokussierung, über mögliche neue Akzentsetzungen und Kooperationen sowie über das Thema Digitalisierung.

Wünsche an die Politik

Was die Politik zur Verbesserung der Situation unternehmen wird, liegt nicht in der Hand der Kunstmessen, aber es gibt zielführende Wünsche: Ankaufsetats für die Museen etablieren, Förderung der Galerien für herausragende Vermittlungsarbeit, für die Digitalisierung und für Messeteilnahmen anbieten. Vor allem aber: als privatwirtschaftliche Kulturarbeiter*innen von der Politik ernstgenommen und anerkannt werden.

So vielfältig Galerien auch sind, alle gemeinsam formulieren einen dringenden Appell: Zurück zur ermäßigte Umsatzsteuer, die 2014 für Kunstvermarkter*innen abgeschafft wurde, während der reduzierte Satz für Künstler*innen und für andere Kultursparten wie den Buchmarkt weiterhin gilt. Für manche Galerien entscheidet die Höhe der Umsatzsteuer darüber, ob nach allen Abgaben am Ende für die Galerist*innen genügend Auskommen für den eigenen Lebensunterhalt bleibt und somit die Fortsetzung der Galeriearbeit gesichert ist.

Kontakt IFSE

Hagen Wöbken: hergen.woebken@ifse.de
M 49 17 33 24 33 15
www.ifse.de

Kontakt BVDG

Birgit Maria Sturm sturm@bvdg.de
Silvia Zörner zoerner@bvdg.de
Maria Morais morais@bvdg.de
T +49 30 263 922 980
www.bvdg.de

