

STUDIEN ZUM KUNSTRECHT

24

**DIE KUNSTMÄRKTE**

FUNKTIONSWEISE UND  
KARTELLRECHTLICHE PROBLEME

von

**Fabienne Bischoff**

Schulthess § 2013

# Inhaltsverzeichnis

<b>Vorwort</b>	<b>VII</b>
<b>Inhaltsverzeichnis</b>	<b>IX</b>
<b>Literaturverzeichnis</b>	<b>XV</b>
<b>Abkürzungsverzeichnis</b>	<b>XXXI</b>
<b>1 Ausgangslage</b>	<b>3</b>
1.1 Motivation und Problemstellung .....	3
1.2 Literatur- und Inhaltsübersicht .....	7
<b>2 Begriff der Kunst</b>	<b>11</b>
2.1 Begriff der Kunst im Wandel der Zeit .....	11
2.2 Relativität des Kunstbegriffes .....	13
2.2.1 Zeitliche Relativität .....	13
2.2.2 Räumliche Relativität .....	14
2.2.3 Sachliche Relativität .....	14
2.2.3.1 Begriff der Kunst im Urheberrecht .....	14
2.2.3.2 Begriff der Kunst im Bereich der Grundrechte .....	15
2.2.3.3 Begriff der Kunst im Kulturgüterschutz .....	16
2.2.3.4 Begriff der Kunst im Steuerrecht .....	17
2.2.3.5 Begriff der Kunst in anderen Rechtsgebieten .....	17
2.2.3.6 Zusammenfassung .....	18
2.2.4 Zusammenfassende Bemerkungen .....	18

2.3	Kunst als Oberbegriff .....	19
2.3.1	Kunst vs. Kunstwerk.....	19
2.3.2	Kunst als Ware besonderer Art.....	20
2.3.3	Zusammenfassende Bemerkungen .....	21
2.4	Definition der Kunst .....	21
<b>3</b>	<b>Begriff und Definition der Kunstmärkte</b> .....	<b>27</b>
3.1	Der Kunsthandel .....	27
3.1.1	Geschichtliche Entwicklung des Kunsthandels.....	27
3.1.2	Begriff des Kunsthandels.....	29
3.1.3	Voraussetzungen des Kunsthandels.....	30
3.1.4	Aktuelle Zahlen des Kunsthandels .....	30
3.2	Die Kunstmärkte.....	32
3.2.1	Definition der Kunstmärkte .....	32
3.2.2	Akteure der Kunstmärkte.....	33
3.2.2.1	Privatpersonen .....	34
3.2.2.2	Kunstexperten.....	36
3.2.2.3	Auktionshäuser.....	38
3.2.2.4	Museen .....	39
3.2.2.5	Galerien .....	42
3.2.2.6	Kunstmessen.....	43
3.2.2.7	Exkurs: Abwesenheit des Folgerechts.....	45
3.2.2.8	Onlinehandel .....	45
3.2.2.9	Künstler .....	47
3.2.2.10	Stiftungen .....	48
3.2.2.11	Vereine .....	49
3.2.2.12	Unternehmen .....	50

3.2.2.13	Öffentliche Hand .....	51
3.2.2.14	Weitere Akteure .....	51
3.2.2.15	Zusammenfassende Bemerkungen .....	52
3.2.3	Bestimmung der Kunstmärkte .....	53
3.2.3.1	Marktstufen .....	54
3.2.3.2	Marktbestimmung .....	55
3.2.3.2.1	Marktbestimmung im Allgemeinen .....	55
3.2.3.2.2	Sachlich relevanter Markt .....	57
3.2.3.2.3	Räumlich relevanter Markt .....	61
3.2.3.2.4	Zeitlich relevanter Markt .....	63
3.2.3.2.5	Marktbestimmungsmethoden.....	64
3.2.3.2.6	Exkurs: Anwendungsbeispiel SSNIP-Test .....	65
3.3	Exkurs: Der illegale Kunstmarkt .....	67
3.4	Zusammenfassung .....	68
<b>4</b>	<b>Kartellrechtliche Probleme</b>	<b>73</b>
4.1	Preisbestimmung .....	73
4.1.1	Mikroökonomische Grundlagen der Preisbestimmung .....	74
4.1.1.1	Perfekter Wettbewerb.....	74
4.1.1.2	Monopol .....	75
4.1.2	Preisbestimmung in Kunstmärkten.....	75
4.1.2.1	Geschäftsmodelle und Preisbildungseinflüsse .....	80
4.1.2.2	Preisbildung im Primärmarkt .....	82
4.1.2.3	Preisbildung im Sekundärmarkt .....	85
4.1.3	Zusammenfassung der Preisbestimmung .....	86
4.2	Wettbewerbsbeschränkungen .....	86
4.2.1	Wettbewerbsabreden .....	87

4.2.1.1	Horizontale Abreden .....	90
4.2.1.2	Tatbestandsmässige Voraussetzungen .....	90
4.2.1.2.1	Horizontale Wettbewerbsabrede .....	90
4.2.1.2.2	Bestimmung des relevanten Marktes .....	91
4.2.1.2.3	Beschränkung / Beseitigung von Wettbewerb .....	91
4.2.1.2.4	Keine wirtschaftliche Rechtfertigung .....	93
4.2.1.3	Horizontale Abreden in Kunstmärkten .....	95
4.2.1.3.1	Abreden zwischen Auktionshäusern .....	95
4.2.1.3.1.1	Einleitung .....	95
4.2.1.3.1.2	Kartellrechtliche Würdigung .....	95
4.2.1.3.1.3	Beispiel .....	98
4.2.1.3.2	Bieterkartelle .....	105
4.2.1.3.2.1	Einleitung .....	105
4.2.1.3.2.2	Kartellrechtliche Würdigung .....	106
4.2.1.4	Zusammenfassung .....	111
4.2.2	Vertikale Abreden .....	111
4.2.2.1	Tatbestandsmässige Voraussetzungen .....	112
4.2.2.1.1	Vertikale Wettbewerbsabrede .....	112
4.2.2.1.2	Bestimmung des relevanten Marktes .....	113
4.2.2.1.3	Beschränkung / Beseitigung von Wettbewerb .....	114
4.2.2.1.4	Keine wirtschaftliche Rechtfertigung .....	115
4.2.2.2	Besonderheiten der Kunstmärkte .....	115
4.2.2.2.1	Exklusivvertriebsverträge: Künstler-Galerie .....	115
4.2.2.2.1.1	Einleitung .....	115
4.2.2.2.1.2	Kartellrechtliche Würdigung .....	116
4.2.2.2.2	Exklusivverträge der Auktionshäuser .....	119

4.2.2.2.1	Einleitung .....	119
4.2.2.2.2	Kartellrechtliche Würdigung .....	120
4.2.2.3	Zusammenfassung .....	121
4.2.3	Missbrauch einer marktbeherrschenden Stellung .....	122
4.2.3.1	Begriff und Voraussetzungen .....	122
4.2.3.1.1	Bestimmung des relevanten Marktes .....	122
4.2.3.1.2	Marktbeherrschende Stellung .....	122
4.2.3.1.3	Missbrauch der Stellung .....	124
4.2.3.1.4	Behinderung oder Benachteiligung .....	125
4.2.3.1.5	Vorliegen sog. „legitimate business reasons“ .....	126
4.2.3.2	Besonderheiten der Kunstmärkte .....	127
4.2.3.2.1	Marktmacht von Auktionshäusern .....	127
4.2.3.2.1.1	Einleitung .....	127
4.2.3.2.1.2	Kartellrechtliche Würdigung .....	127
4.2.3.2.1.3	Beispiel .....	129
4.2.3.2.2	Marktmacht von Experten .....	133
4.2.3.2.2.1	Einleitung .....	133
4.2.3.2.2.2	Kartellrechtliche Würdigung .....	133
4.2.3.2.2.3	Beispiel .....	136
4.2.3.2.3	Marktmacht von Kunstmessen .....	138
4.2.3.2.3.1	Einleitung .....	138
4.2.3.2.3.2	Kartellrechtliche Würdigung .....	139
4.2.3.2.3.3	Beispiel .....	141
4.2.3.2.4	Marktmacht von Galerien .....	141
4.2.3.2.4.1	Einleitung .....	141
4.2.3.2.4.2	Kartellrechtliche Würdigung .....	142

4.2.3.2.4.3	Beispiel .....	143
4.2.3.3	Zusammenfassung .....	144
4.2.4	Verhältnis Abreden - Marktbeherrschende Stellung .....	145
4.2.5	Unternehmenszusammenschlüsse .....	145
4.2.5.1	Begriff und Voraussetzungen .....	146
4.2.5.1.1	Unternehmenszusammenschluss .....	146
4.2.5.1.2	Bestimmung des relevanten Marktes .....	148
4.2.5.1.3	Marktbeherrschende Stellung .....	149
4.2.5.1.4	Kausalzusammenhang .....	150
4.2.5.1.5	Keine Verbesserung in einem anderen Markt .....	151
4.2.5.1.6	Aufgreifkriterien .....	151
4.2.5.2	Besonderheiten der Kunstmärkte .....	152
4.2.5.2.1	Generelle Ausführungen .....	152
4.2.5.2.2	Beispiel: Fusion Christie's / Sotheby's .....	152
4.2.5.2.3	Beispiel: Fusion zweier bedeutender Galerien .....	153
4.2.5.2.4	Fazit .....	155
4.2.5.3	Zusammenfassung .....	155
4.2.6	Zusammenfassung zu Wettbewerbsbeschränkungen .....	155
4.3	Zusammenfassung zu den kartellrechtlichen Problemen .....	157
<b>5</b>	<b>Zusammenfassung und Ausblick</b>	<b>161</b>
	<b>Summary and Outlook</b>	<b>165</b>
	<b>Résumé et perspectives</b>	<b>169</b>
	<b>Sachregister</b>	<b>173</b>