



Empfehlungen

Zur Zusammenarbeit mit Galerien

von Klaus Geldmacher

Galerien verfolgen das ausschließliche Ziel, Kunst zu verkaufen; wer dies nicht will, sollte die Zusammenarbeit mit Galerien meiden. Wenn Galerien allzu sehr betonen, mit den Präsentationen in ihren Galerieräumen förderten sie die Kunst (- das ist zwar richtig, aber das machen alle, die sich um Kunst kümmern und veröffentlichen -), dann lenken sie vom eigentlichen Zweck ihrer Tätigkeit ab: der Notwendigkeit, Kunst verkaufen zu müssen. Denn wie will eine Galerie existieren, wenn sie nicht verkauft?

Ausstellungen in (professionellen) Galerien sind immer Verkaufsausstellungen; sie dienen der wirtschaftlichen Nutzung von Kunst und allenfalls am Rande der inhaltlich-geistigen Vermittlung von Kunst. Ein Grund weswegen sie kein Ausstellungshonorar zahlen sollen.

Kunst zu verkaufen, ist kein leichtes Geschäft. Die Interessentenzahl ist nicht groß, der Kunde will umworben und muss oft zum Kauf - wenn nicht überzeugt so doch - überredet werden. Wenn denn der Verkauf eines Kunstwerkes gelungen ist, sollte der/die Künstler/in sich freuen, der Galerie für die Vermittlungsarbeit danken und auch angemessen am Erlös beteiligen.

Grundsätzlich sollte deshalb der Verkaufserlös 50/50 geteilt werden, denn die Vermittlung von Kunst ist genauso wichtig wie die Herstellung von Kunst. Bei Aufträgen (z.B. Kunst am Bau), sollten vorab die Material- und Fremdkosten des Kunstwerkes abgezogen werden.

Verkaufspreis/Galerierabatt: Zunächst muss der/die Künstler/in für sich festlegen, welche Mindestsumme für ihn/sie unbedingt übrigbleiben muss. Diese Summe sollte verdoppelt werden. Dieser so ermittelte Verkaufspreis muß immer gelten, auch wenn ohne Galerievermittlung aus dem Atelier verkauft wird. Keine Galerie kann erfolgreich arbeiten, wenn der/die Künstler/in unter der Hand (direkt aus dem Atelier) preiswerter verkauft. Manche Kunden können nur zum Kauf animiert werden, wenn ihnen ein Rabatt eingeräumt wird. Er sollte nicht mehr als 10 Prozent (bei Privatkunden) bzw. bis zu 20 Prozent (bei Sammlern/Museen) betragen. Diesen Rabatt sollten sich Galerie und Künstler/in teilen.

Da professionelle Galerien oft mit Partnergalerien (z.B. in einem anderen Bundesland) zusammenarbeiten, müssen auch diese - wenn sie verkaufen - am Verkaufserlös (in der Regel mit 40 Prozent) beteiligt werden. In solchen Fällen erhält also die "Erstgalerie" die restlichen 10 Prozent (des gesamten 50-Prozent-Galerierabatts).

Kauft die ausstellende Galerie vor Eröffnung der Ausstellung selbst an, so sollten ihr immer 50 Prozent eingeräumt werden.

Es sind drei Stufen der Zusammenarbeit mit einer Galerie denkbar:

Erster Kontakt. Da sich die Geschäftspartner noch nicht kennen, müssen auf beiden Seiten Erfahrungen gesammelt werden. Lässt sich die präsentierte Kunst überhaupt verkaufen? Wie professionell agiert die Galerie, um die Kunst zu verkaufen? Erst nach der Ausstellung sind beide schlauer.

Deshalb scheint es hier gerechtfertigt, die Galerie nur mit 30 Prozent (bei Gruppenausstellungen) bzw. mit 40 Prozent (bei Einzelausstellungen) am Verkaufserlös zu beteiligen. Dem Verlangen der Galerie, sie auch an Verkaufserlösen zu beteiligen, die der/die Künstler/in während oder nach der Galerie-Ausstellung aus dem Atelier tätigt, sollte nicht entsprochen werden.

Wiederholte Zusammenarbeit. Zu einer weiteren Zusammenarbeit kommt es nur, wenn die erste Galerie-Ausstellung für beide erfolgreich war oder mittelfristig Erfolg verspricht. Die Galerie wird in der Zwischenzeit (nach der ersten Ausstellung) auch weiter für den/die Künstlerin/ geworben und sich um Käufer bemüht haben.

Deshalb erscheint es jetzt sinnvoll, die Galerie mit 40 Prozent (bei Gruppenausstellungen) bzw. mit 50 Prozent (bei Einzelausstellungen) zu beteiligen. Bei Verkäufen des/der Künstler/in direkt aus dem Atelier (während der Ausstellung) sollte die Galerie mit der Hälfte der vereinbarten Rabatte also mit 20 Prozent (bei Gruppenausstellungen) bzw. 25 Prozent (bei Einzelausstellungen) beteiligt werden. Auch wenn die Galerie nicht nachweisbar in die Verkaufsvermittlung eingeschaltet war. Dies sollte auch gelten für den Zeitraum von bis zu einem halben Jahr nach der Ausstellung, wenn beide Seiten Interesse haben, die Zusammenarbeit fortzusetzen und auszubauen.

Dauerhafte Zusammenarbeit. Sie wird stattfinden, wenn die bisherigen Galerieausstellungen wirtschaftlich erfolgreich waren. Beide Seiten sind dann an einer fairen und kontinuierlichen Zusammenarbeit interessiert. Ab jetzt sollte der 50-Prozent-Galerie-Rabatt gelten.

Die Galerie wird Interesse an einer gewissen Exklusivität haben, d.h. den/die Künstler/in in einem festzulegenden Rahmen (Stadt, Region, Bundesland) ausschließlich vertreten wollen. Ein legitimer Anspruch, der aber mit einem garantierten jährlichen Mindestankauf durch die Galerie abgegolten werden sollte. In diesem Fall wären alle Verkäufe, Auftrags- und Ausstellungsvermittlungen der Galerie immer abzurechnen mit 50 Prozent, auch Verkäufe aus dem Atelier an Kunden innerhalb des Exklusivitätsbereichs (außerhalb mit 25 Prozent für die Galerie). Spätestens jetzt ist eine schriftliche Vereinbarung sinnvoll, die nur befristet (für 3-5 Jahre) gelten und gegebenenfalls verlängert werden sollte. Ein weitergehender Exklusivitätswunsch der Galerie (bundesweit, europaweit) sollte sorgfältig abgewogen werden. Es entsteht eine klare ökonomische Abhängigkeit von der Galerie, die schon fast einem Angestelltenstatus gleicht. Wer sich darauf einlässt, sollte einen existenzsichernden Mindestankauf in Form von monatlichen Vorschusszahlungen und einen langfristigen (5-10 Jahre) verlangen.

(aus: Kunst&Kultur, Kulturpolitische Zeitschrift der IG Medien, April 1999)