



Galerienstudie III

2025



**58.
INTERNATIONALER
KUNSTMARKT
6.—9. NOVEMBER 2025**

**TICKETS ONLINE
KAUFEN:**



Galerienstudie III

Institut für Strategieentwicklung (IFSE), September 2025

Warum diese Galerienstudie jetzt?

Zwölf Jahre nach der ersten bundesweiten Galerienstudie des IFSE und fünf Jahre nach der Untersuchung im Pandemiejahr 2020 liegt nun die dritte bundesweite Galerienstudie vor. Sie gibt Einblick in die aktuelle Situation der professionellen Galerien in Deutschland, in ihre wirtschaftlichen Rahmenbedingungen, ihre strukturellen Merkmale und ihre Rolle im Kunstsystem.

Die Studie von 2020 hat deutlich gemacht, welche Funktion Galerien in der Corona-Pandemie übernommen haben. Während viele öffentliche Kultureinrichtungen geschlossen blieben, waren sie zugänglich. Galerien wurden während der Corona-Maßnahmen zu den „einzig verbliebenen Kunstorten“, wie es Daniel Völzke damals treffend in Monopol formulierte. **Wie sind Galerien aus dieser besonderen Situation hervorgegangen und wie hat sich ihre Entwicklung seither vollzogen?**



Die wirtschaftlichen Bedingungen, unter denen Galerien arbeiten, bleiben anspruchsvoll. **Galerien müssen künstlerische Vision und wirtschaftliche Realität täglich in Einklang bringen:** Die Verbindung von der Vermittlung künstlerischer Positionen mit eigenverantwortlichem Wirtschaften erfordert Belastbarkeit, unternehmerisches Geschick und eine hohe Anpassungsfähigkeit an strukturelle Veränderungen. Zudem entstehen neue Vertriebs- und Kooperationsformen, die auch die Zusammenarbeit mit Kunstmessen beeinflussen und erweitern.

Die Galerien in Deutschland sind dezentral verteilt, mit Konzentrationen in Berlin, Hamburg, München, Köln, Düsseldorf, Frankfurt, Stuttgart, Leipzig und Karlsruhe. **Ihre Arbeitswelt ist geprägt von Vielfalt:** zwischen Einzelhandel und kultureller Institution, zwischen etabliertem Kunsthandel und freier Szene, zwischen lokaler Verankerung und internationaler Orientierung. Diese Unterschiedlichkeit spiegelt sich in den Strukturen ebenso wie in den Biografien der Galerist:innen.

In den vergangenen Jahren ist der Anteil von Frauen in der Galeriearbeit weiter gestiegen – sowohl unter denjenigen, die Galerien führen oder in ihnen arbeiten, als auch unter den Kunstschaffenden, deren Werke dort vertreten und vermittelt werden. Die Veränderung ist messbar und relevant für die Zukunftsfähigkeit des Systems. **Diese Entwicklung zeigt, dass sich Rollen und Verantwortlichkeiten verändern,** auch wenn die Machtpositionen in diesem traditionell männlich dominierten System noch nicht gleichberechtigt verteilt sind.

Galerien lassen sich nicht auf einen Nenner bringen. Genau deshalb ist eine differenzierte Bestandsaufnahme notwendig. Diese Studie soll Orientierung geben, Entwicklungen erfassen und Entscheidungsgrundlagen liefern

– für kulturpolitische Maßnahmen ebenso wie für die strategische Weiterentwicklung innerhalb der Galerien selbst und für die Auseinandersetzung in der Kunstszene.

Ich betrachte Galerien als Teil eines evolutionären Modells des Kunstsystems, das in Wechselwirkung mit wirtschaftlichen, politischen und weiteren gesellschaftlichen Systemen steht. Zu diesem Kunstsystem gehören Museen, in denen viele von uns erste Erfahrungen mit Kunst machen. Es setzt sich fort in der Ausbildung an Kunsthochschulen und in unterschiedlichen Ausstellungshäusern, von Off-Spaces bis zu institutionell verankerten Häusern, und schließt Förderprogramme und Stipendien mit ein. Am Ende gelangt neue Kunst wieder in die Museen, bereichert deren Sammlungen und eröffnet nachfolgenden Generationen den Zugang zu neuen künstlerischen Erfahrungen.

Galerien nehmen in diesem Kreislauf eine zentrale Rolle ein: Sie vermitteln zwischen Künstler:innen und Markt, Kunstbetrieb und Öffentlichkeit, schaffen Sichtbarkeit und tragen zur wirtschaftlichen Absicherung künstlerischer Arbeit bei. Was wie ein selbstverständlicher Kreislauf erscheinen mag, ist in der Realität von zahlreichen Abhängigkeiten geprägt: Mal greifen wirtschaftspolitische Rahmenbedingungen, mal kultur- oder wissenschaftspolitische Zuständigkeiten, oft auch in Kombination.

All dies sind gute Gründe für die Galerienstudie zu diesem Zeitpunkt. Ein weiterer freudiger Anlass kommt hinzu: Der Kooperationspartner des IFSE, der Bundesverband Deutscher Galerien und Kunsthändler e.V. (BVDG), feiert in diesem Jahr sein 50-jähriges Bestehen, zu dem ich herzlich gratuliere!

Die Galerienstudie 2025 gliedert sich wie folgt: Sie beginnt mit einer globalen Perspektive und einem Blick in den aktuellen *Art Basel & UBS Art Market Report*. Darauf folgt die Darstellung der strukturellen Merkmale und Tätigkeitsfelder der Galerien in Deutschland. Anschließend richtet die Studie den Blick auf die Galerien als Arbeitgeber. **Zum ersten Mal werden die Herausforderungen in der Nachfolge analysiert.** Es folgen die Untersuchung der Kundenbeziehungen, des Stands der Digitalisierung im Galeriebetrieb sowie des Einsatzes hybrider Formate. **Ebenfalls neu ist die Analyse der Rolle der Nachhaltigkeit in Galerien.** Danach beleuchtet die Studie die Galerien als Motoren der Kunstproduktion und -vermittlung sowie ihre Zusammenarbeit mit Kunstschaffenden. Es schließt sich die Analyse der wirtschaftlichen Situation an, einschließlich der Umsatzentwicklung, **erstmalig wird dabei der Rohertrag als zentraler Indikator für die wirtschaftliche Stabilität erhoben.** Zum Abschluss werden die Umsätze auf Messen, die Bewertung der Standorte sowie die gesetzgeberischen Herausforderungen und politischen Forderungen untersucht.

Die Ergebnisse zeigen, wo sich seit 2020 Strukturen erhalten haben, wo Veränderungen stattfanden und wo mit neuen Fragestellungen zusätzliche Erkenntnisse gewonnen wurden.

Bemerkenswert ist, dass die Galerien trotz eines deutlichen Rückgangs der Umsätze ihre kulturelle Reichweite behaupten konnten. Jährlich mehr als 4.000 Ausstellungen, Millionen von Besucherinnen und Besuchern und über 3.000 Arbeitsplätze zeigen, dass sie weiterhin eine zentrale Rolle im Kunstsystem spielen. **Diese Leistung beruht auf gewachsenen Strukturen, die über Jahrzehnte hinweg aufgebaut wurden und den Galerien eine bemerkenswerte Stabilität verleihen.** Zugleich kündigt sich ein tiefgreifender Wandel an: **Nahezu die Hälfte der Galerien plant in den kommenden zehn Jahren eine Übergabe.** Damit steht das Feld vor einem Generationenwechsel, der nicht nur die Leitungen der Galerien, sondern auch ihre Profile und Ausrichtungen verändern wird.

Zum Schluss führt die Studie zu einem Dank, den ich hier schon aussprechen möchte: **Es erfüllt mich mit großer Dankbarkeit, dass so viele mit ihrer Zeit, ihrem Wissen, ihren Erfahrungen oder ihrer finanziellen Unterstützung zum Gelingen dieser Untersuchung beigetragen haben.**

Ohne diese Mitwirkung wäre die Studie nicht möglich gewesen. Umso mehr freue ich mich, dass Sie nun in die Ergebnisse eintauchen, und wünsche Ihnen eine anregende, interessante und vielleicht auch überraschende Lektüre.

Ihr



Hergen Wöbken

Geschäftsführer IFSE

Autor der Galerienstudie

Der deutsche und der globale Kunstmarkt

Im Jahr 2024 erreichte der globale Kunstmarkt laut dem *Art Basel & UBS Art Market Report* ein Umsatzvolumen von 57,5 Milliarden US-Dollar (USD) – ein Rückgang von 12 % gegenüber dem Vorjahr. Dieser Rückgang markiert die stärkste Abschwächung seit dem pandemiebedingten Tiefpunkt im Jahr 2020. Trotz rückläufiger Gesamtumsätze stieg die Zahl der Transaktionen um 3 % auf 40,5 Millionen. Das Marktgeschehen verlagerte sich spürbar in niedrigere Preissegmente, während hochpreisige Verkäufe an Bedeutung verloren.

Auch im Galeriesektor war 2024 ein Jahr der Polarisierung. Die Umsätze in diesem Bereich sanken weltweit um 6 % auf 34,1 Milliarden USD. Besonders betroffen war das obere Marktsegment: 64 % der Galerien mit einem Jahresumsatz über 10 Millionen USD meldeten niedrigere Umsätze als im Vorjahr. Im Durchschnitt verzeichneten sie einen Rückgang von 9 %. Das mittlere Segment (5-10 Mio. USD) verlor 3 %, während Galerien mit einem Umsatz zwischen 1 und 5 Mio. USD ein Wachstum von 10 % erreichten. Am stärksten wuchsen kleine Galerien mit einem Jahresumsatz unter 250.000 USD, sie steigerten ihren Umsatz im Schnitt um 17 % und verzeichneten damit das zweite Wachstumsjahr in Folge nach einer längeren Phase schwacher Entwicklung.

Dieser Trend hin zu kleineren Akteuren ist auch für den deutschen Kunstmarkt relevant. Viele Galerien in Deutschland bewegen sich in genau jenen Umsatzklassen, die international Wachstum verzeichnen konnten. Zwar liegt Deutschland beim Gesamtumsatz weiterhin unterhalb der führenden Märkte, sein Anteil am globalen Kunstmarkt wird jedoch stabil mit 3 % beziffert. Deutschland und die Schweiz teilen sich damit Rang fünf hinter den USA (43 %), Großbritannien (18 %), China (15 %) und Frankreich (7 %).

Die wirtschaftliche Lage für Galerien bleibt jedoch angespannt. 43 % der Händler:innen weltweit waren laut dem *Art Basel & UBS Art Market Report 2024* weniger profitabel als im Vorjahr, nur 32 % verzeichneten eine gesteigerte Rentabilität. Die durchschnittlichen Betriebskosten stiegen um 10 %, insbesondere durch Personal, Mieten, IT und Messebeteiligungen. In Deutschland wird dieser Kostendruck zusätzlich durch strukturelle Faktoren wie die Künstlersozialabgabe verstärkt. **Ein positives Signal setzte hingegen die Wiedereinführung des ermäßigten Umsatzsteuersatzes von sieben Prozent auf Kunstverkäufe zum 1. Januar 2025, ein kulturpolitischer Erfolg, der auf den langjährigen Einsatz des BVDG zurückgeht.**

Inhaltlich veränderte sich das Marktverhalten vieler Galerien. Im Contemporary-Segment gingen die Umsätze 2024 um 11 % zurück, während Galerien mit Fokus auf etablierte Künstler:innen der Nachkriegszeit, der Moderne und der Alten Meister stabilere oder sogar leicht steigende Umsätze meldeten. Auch die Umsatzverteilung innerhalb einzelner Galerien verschob sich: 56 % des Jahresumsatzes entfielen 2024 auf die drei umsatzstärksten Künstler:innen – ein Anstieg um drei Prozentpunkte gegenüber dem Vorjahr. Zugleich nahm im Primärmarkt, also dem direkten Verkauf von Kunstwerken durch Galerien, die Diversität leicht zu, mit einem Rückgang des Anteils der meistverkauften Künstler:innen am Gesamtumsatz.

Ein weiterer Trend: der wachsende Anteil weiblicher Künstler. Ihr Anteil unter den von Galerien vertretenen Künstler:innen stieg 2024 weltweit auf 41 %, im Primärmarkt sogar auf 46 %. Der Anteil am Umsatz lag bei 42 %, ein beachtlicher Anstieg gegenüber den Vorjahren und ein Zeichen für wachsende Sichtbarkeit erfolgreicher Künstlerinnen.

Für die Zukunftsentwicklung ist bemerkenswert, dass 44 % der Käufer:innen 2024 erstmals bei der jeweiligen Galerie kauften, in kleineren Galerien lag dieser Anteil sogar bei 50 %. Diese Dynamik, gepaart mit einer höheren Zahl preisgünstiger Verkäufe, weist auf eine leichte Öffnung des Marktes hin, ohne allerdings dessen strukturellen Risiken zu beseitigen.

Deutschland bleibt im internationalen Vergleich ein Standort mit hoher künstlerischer Produktivität, vielfältiger Infrastruktur und starkem kulturellem Anspruch, jedoch ohne die Marktkraft der großen Kunsnationen.

Diese Differenz zeigt sich deutlich: Während andere Länder durch spektakuläre Einzelverkäufe, ultra-vermögende Sammler:innen und Auktionshäuser im Zentrum des globalen Handels stehen, sind deutsche Galerien im mittleren oder unteren Marktsegment verankert. Für viele bedeutet das: hohe Qualität ohne entsprechenden finanziellen Rückfluss. Der Verweis auf kulturelle Dichte und Tiefe ist in diesem Kontext zwar richtig, für viele Galerien aber kein ausreichender Trost, wenn sich die kulturelle Bedeutung nicht in stabilen Geschäftsmodellen oder nachhaltigen Einkommen niederschlägt.

Umso mehr wirken sich wirtschaftliche Schwankungen und strukturelle Belastungen unmittelbar aus. Die globale wirtschaftliche Unsicherheit, kombiniert mit geopolitischen Spannungen und zunehmendem wirtschaftlichem Nationalismus, stellt auch für den deutschen Kunstmarkt eine Herausforderung dar, nicht zuletzt, weil internationale Handelsbeziehungen und Mobilität zentrale Voraussetzungen für eine offene Kunstszene bleiben.

Strukturelle Merkmale der Galerien

Wir gehen, wie bereits in den vorherigen Erhebungen, von etwa 700 professionellen Galerien in Deutschland aus. Die Umfrage wurde im Frühjahr 2025 online durchgeführt, der Beobachtungszeitraum bezog sich auf das Jahr 2024. Der Fragebogen umfasste 69 quantitative und qualitative Fragen. Das Ausfüllen nahm durchschnittlich 26 Minuten in Anspruch. Eingeladen wurden mehr als 500 Galerien über den Bundesverband Deutscher Galerien und Kunsthändler (BVDG), den Landesverband Berliner Galerien (LVBG), das Gallery Weekend Berlin sowie über regionale Verteiler, unter anderem in Stuttgart und Hamburg. **Mehr als 160 Galerien beteiligten sich an der Umfrage; rund 150 Fragebögen konnten ausgewertet werden. Sie bestanden die vorgesehenen Plausibilitätsprüfungen.**

Erstmals wurde in der Studie gezielt nach dem Geschlecht der hauptverantwortlichen Galerist:innen gefragt. Der Anteil von Männern liegt bei 59 %, der von Frauen bei 39 %. Als divers identifizieren sich 2 %.

In der Galerienstudie 2020 wurde hingegen das Geschlecht der befragten Person erhoben, dieser methodische Unterschied sollte bei Vergleichen berücksichtigt werden. Auch wenn sich langfristig strukturelle Veränderungen abzeichnen, ist das Geschlechterverhältnis bislang noch nicht ausgeglichen. Das Jahr der Gründung der Galerie wurde ebenfalls erneut abgefragt. **Im Durchschnitt sind die Galerien zum Zeitpunkt der Befragung 27 Jahre alt. Rund 6 % wurden erst ab dem Jahr 2020 gegründet, etwa 45 % bestehen seit vor dem Jahr 2000. Ein Drittel der Galerien wurde in den 2000er-Jahren gegründet. Rund 10 % sind älter als 50 Jahre.**

Zusätzlich wurde erhoben, seit wann die hauptverantwortliche Person in der Galerie tätig ist. In etwa 73 % der Fälle liegt der Beginn der Tätigkeit zwischen 1990 und 2019, lediglich 7 % der Galerist:innen sind erst seit dem Jahr 2020 in dieser Rolle. Rund 29 % der befragten Galerist:innen gaben an, bereits vor dem Jahr 2000 die Verantwortung übernommen zu haben. Der Vergleich dieser Daten mit dem Gründungsjahr legt nahe: **In etwa einem Fünftel der Galerien hat ein Generationswechsel oder eine Übernahme stattgefunden.**

Die räumliche Verteilung der befragten Galerien entspricht in weiten Teilen der tatsächlichen Struktur der professionellen Galerien in Deutschland. Die hohe Beteiligung aus Berlin (38 %) sowie aus Nordrhein-Westfalen (16 %), Baden-Württemberg (14 %), Hamburg (11 %) und Bayern (9 %) spiegelt die regionalen Schwerpunkte der Galerieszene wider. Gleichzeitig zeigt sich, dass rund ein Drittel der Galerien außerhalb der großen Zentren angesiedelt ist – in kleinen und mittleren Städten ebenso wie in ländlichen Regionen. **Die Verteilung verweist damit sowohl auf die bestehende Konzentration in urbanen Räumen als auch auf die kleinteilige und dezentrale Struktur des Galerie-markts in Deutschland.**

Tätigkeitsfelder der Galerien

„Pioniere, Player, pragmatische Idealisten“ – diese Beschreibung bleibt aktuell. Auch 2025 haben wir nach der beruflichen Ausbildung der hauptverantwortlichen Galerist:innen gefragt. Die Antworten zeigen ein breites Spektrum, mit klaren Schwerpunkten: 27 % der Befragten haben Kunstgeschichte oder Kunstwissenschaft studiert. Rund 11 % verfügen über eine künstlerische Ausbildung, insbesondere in freier Kunst, Malerei, Bildhauerei oder Fotografie. Knapp 12 % haben ein Studium in Betriebswirtschaft, Wirtschaft oder einem vergleichbaren Bereich abgeschlossen, weitere 7 % eine kaufmännische Ausbildung. Der

wirtschaftlich geprägte Anteil liegt damit insgesamt bei 19 % und entspricht dem Niveau von 2020. Etwa 9 % der Galerist:innen kommen aus geistes- oder sozialwissenschaftlichen Studiengängen wie Philosophie, Geschichte oder Politikwissenschaft. Rund 6 % haben Architektur oder Design studiert, 5 % haben eine pädagogische oder bildungsbezogene Ausbildung.

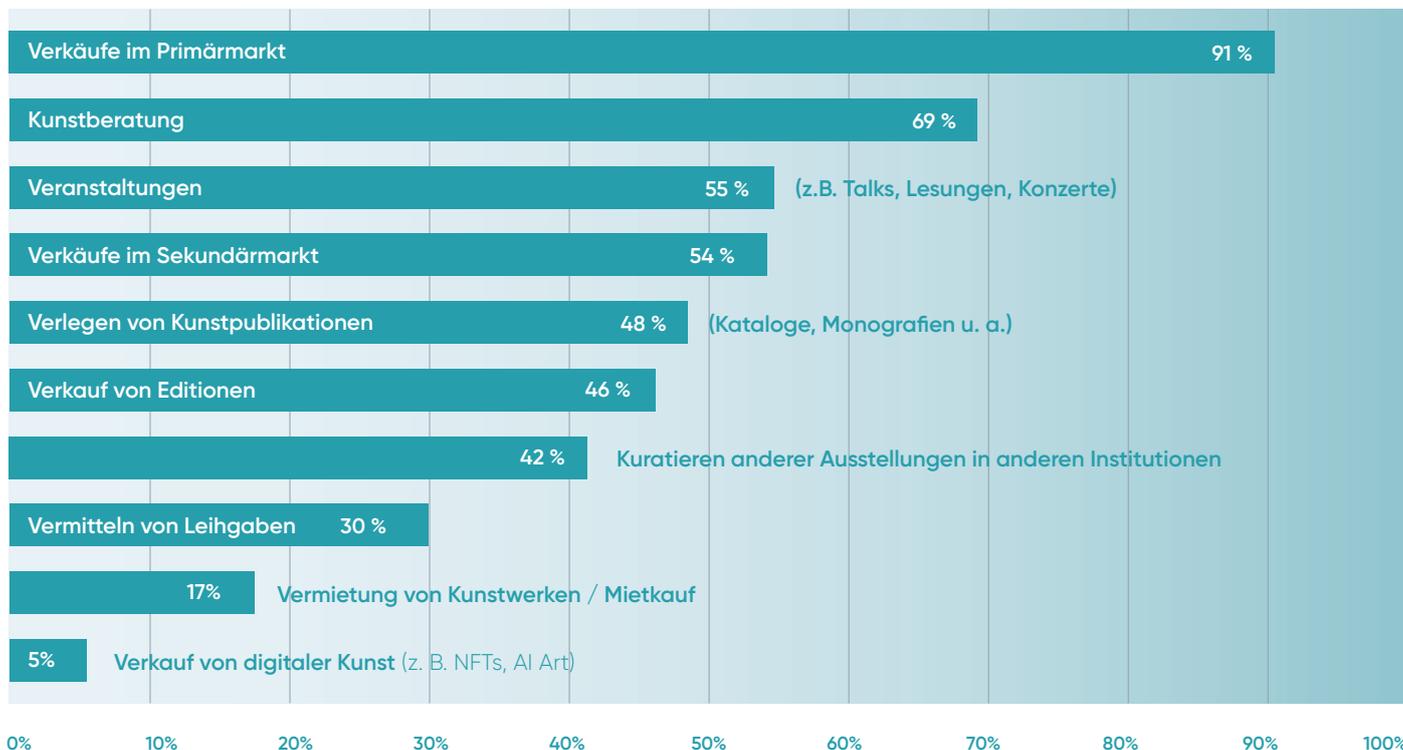
Zu den weiteren angegebenen Bereichen zählen Jura, Naturwissenschaften, Ingenieurwesen, Buchhandel, Medizin, Handwerk sowie nicht spezifizierte oder nicht-akademische Ausbildungen. Die Ergebnisse zeigen: Galerien bleiben Orte vielfältiger biografischer Zugänge, in denen kunsthistorisches Wissen, unternehmerische Praxis und persönliche Erfahrungen zusammenkommen.

Die Tätigkeitsfelder der Galerien sind weiterhin vielfältig. Dem Fokus unserer Studie entsprechend steht der Verkauf im Primärmarkt und damit die Vermittlung zeitgenössischer Kunst auch 2024 an erster Stelle. Darüber hinaus sind viele Galerien im Kunsthandel aktiv, sie beraten, veranstalten, verlegen, kuratieren und vermitteln Leihgaben. Die Spannweite der Tätigkeiten hat sich im Vergleich zu 2020 noch erweitert und spiegelt die zunehmende Diversifizierung der Galeriearbeit wider.

→ In welchen Tätigkeitsfeldern sind Sie / ist Ihre Galerie aktiv?



n = 138 | Mehrfachnennung war möglich



Damit hat sich das Tätigkeitsprofil in einzelnen Bereichen ausgeweitet. Besonders auffällig ist der Anstieg bei Sekundärmarktaktivitäten (von 48 % auf 54 %) und Veranstaltungen (von 50 % auf 55 %), ebenso beim Kuratieren externer Ausstellungen (von 38 % auf 42 %). Neue Tätigkeitsfelder wie Vermietung, digitale Kunstformate oder projektbasierte Aktivitäten treten hinzu, spielen bislang jedoch eine untergeordnete Rolle.

Wenn wir nach dem wirtschaftlich wichtigsten Tätigkeitsfeld fragen und nur eine Auswahl zulassen, geben 76 % der Galerien den Primärmarkt an. Der Sekundärmarkt folgt mit 15 %. Kunstberatung und der Verkauf von Editionen liegen jeweils bei 3 %. Kuratorische Tätigkeiten, Veranstaltungen oder digitale Formate werden nur in Einzelfällen als wirtschaftlich relevant benannt. Die Vermietung von Kunstwerken, die Vermittlung von Leihgaben oder das Verlegen von Publikationen werden von keiner Galerie als zentrales Umsatzfeld betrachtet.

Die Ergebnisse bestätigen: **Trotz wachsender Vielfalt in den Tätigkeiten bleibt der Primärmarkt das wirtschaftliche Rückgrat der Galeriearbeit.** Der klassische Verkauf bildet weiterhin das Kerngeschäft, ergänzt durch Vermittlungs-, Publikations- und Veranstaltungsformate. Galerien agieren heute zunehmend hybrid, als Vertriebspersonen, Kulturveranstaltende, Herausgebende und Beratende. Doch die wirtschaftliche Bedeutung dieser zusätzlichen Felder bleibt, gemessen am Umsatz, deutlich nachgeordnet.

Arbeitsplätze in Galerien

Alle Galerien zusammen schaffen im Jahr 2024 erneut über 3.000 Arbeitsplätze. Im Vergleich zur letzten Erhebung zeigt sich, dass sich die durchschnittliche Beschäftigtenzahl pro Galerie leicht erhöht hat, der Median liegt weiterhin bei 3. Der Durchschnitt ergibt sich aus der Summe aller Beschäftigten geteilt durch die Zahl der Galerien, während der Median den Wert bezeichnet, bei dem genau die Hälfte der Galerien mehr und die andere Hälfte weniger Beschäftigte hat; liegt der Median bei 3, heißt das, dass die Hälfte aller Galerien höchstens drei Personen beschäftigt, auch wenn der Durchschnitt durch wenige sehr große Galerien höher ausfallen kann. **Der überwiegende Teil der Galerien beschäftigt also bis zu drei Personen. Etwa 10 % der Galerien haben mehr als 10 Beschäftigte.**

Während sich 2019 vor allem bei größeren Galerien überdurchschnittliches Wachstum beobachten ließ, scheinen sich die Beschäftigungsverhältnisse seitdem stabilisiert zu haben. Der pandemiebedingte Rückgang von etwa 10 % der Arbeitsplätze ist inzwischen weitgehend kompensiert. Für 2024 ergibt sich ein differenzierteres Bild: Wir haben erstmals sozialversicherungspflichtige und geringfügige Beschäftigungsverhältnisse sowie Praktika getrennt erhoben.

Ausgehend von rund 700 professionellen Galerien in Deutschland ergibt sich für das Jahr 2024 folgende Hochrechnung: bis zu 1.000 Inhaber:innen, rund 1.400 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte, knapp 900 geringfügig Beschäftigte, über 1.000 freie Mitarbeiter:innen und mehr als 500 Praktikant:innen, die häufig projektbezogen oder temporär eingebunden sind. **Je nach Berechnung – ob man auf Basis von Vollzeitäquivalenten hochrechnet oder die Zahl der tatsächlich tätigen Personen berücksichtigt – ergibt sich eine Gesamtschätzung von 3.000 bis 5.000 Personen, die aktuell in deutschen Galerien arbeiten.**

Die Bedeutung der Galerien für den Arbeitsmarkt geht über diese Anzahl von Arbeitsplätzen hinaus, weil es zahlreiche Dienstleistungsunternehmen gibt, deren Arbeit ebenfalls in Anspruch genommen wird, darunter Logistik- und Rahmenunternehmen, Fotografen und Handwerker, Kunstversicherungen, Rechtsanwalts- und Steuerbüros, Design- und Eventagenturen, Cateringunternehmen sowie nicht zuletzt die Kunstmessen.

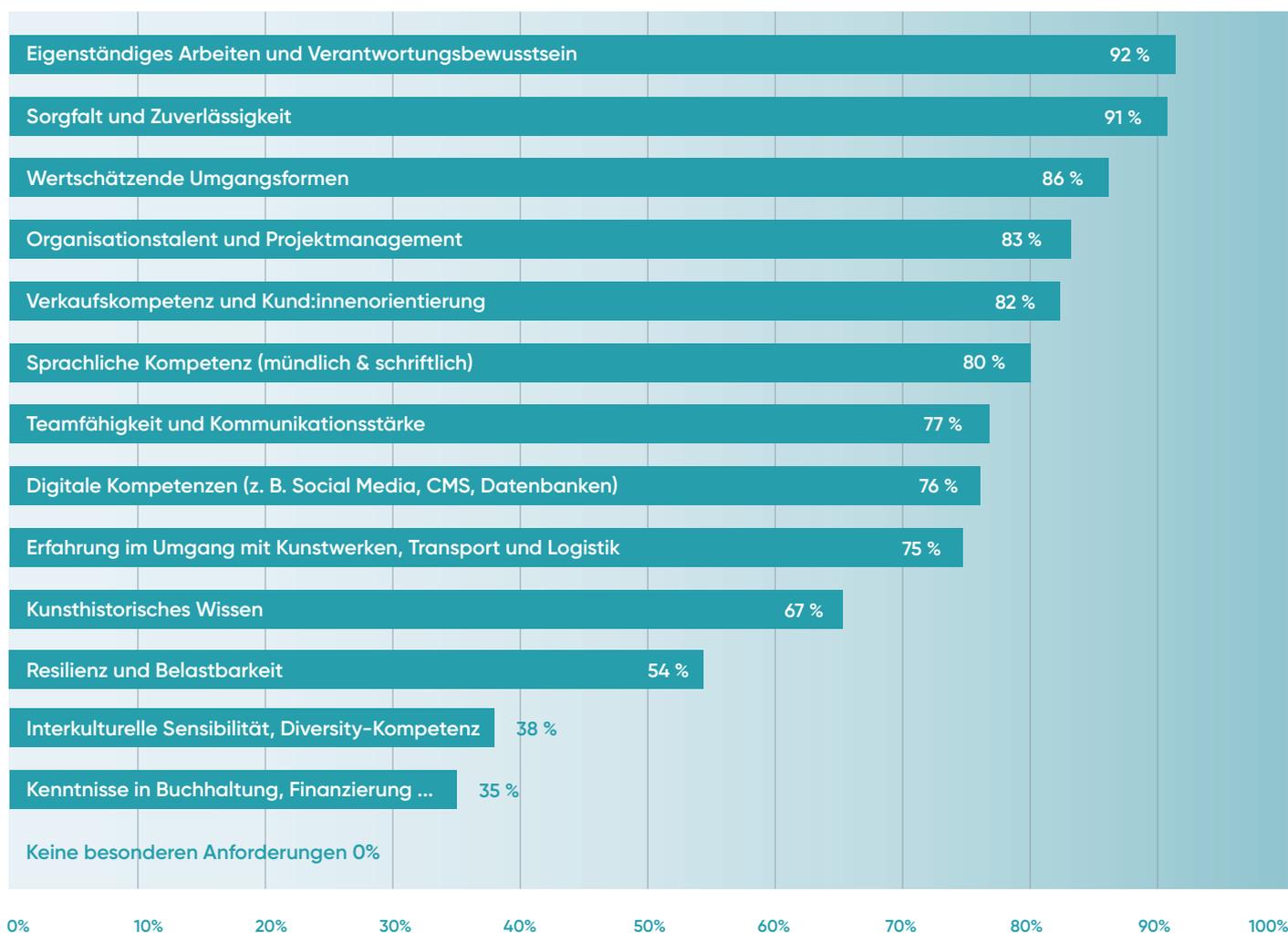
Anforderungen und Personalsuche

Die Anforderungen an Mitarbeiter:innen in Galerien sind vielfältig und hoch. Gefordert werden nicht nur kunsthistorische Kenntnisse oder Verkaufstalent, sondern auch Selbstständigkeit, Belastbarkeit, Kommunikationsfähigkeit, digitale Kompetenzen und ein professionelles Auftreten im Umgang mit Kund:innen. Die häufigsten Erwartungen sind in der folgenden Übersicht dargestellt.

→ Welche Anforderungen stellen Sie an Mitarbeiter:innen in Ihrer Galerie – oder an sich selbst, sofern Sie ohne weiteres Personal arbeiten?



n = 138 | Mehrfachnennung war möglich



Die Anforderungen verweisen auf ein komplexes Berufsbild zwischen Kunstvermittlung, Projektsteuerung und Unternehmertum. Manche Antworten lassen dabei auch vermuten, dass Galerist:innen nicht selten nach einem Idealbild suchen, das der besten Version ihrer selbst entspricht, unabhängig davon, ob die Bewerber:innen sich in einem frühen Karrierestadium befinden oder aus anderen beruflichen Kontexten kommen.

Für die Tätigkeit in Kunstgalerien existiert in Deutschland kein spezifischer Ausbildungsberuf. Stattdessen gelangen Mitarbeiter:innen über unterschiedlichste Wege in den Beruf: durch Studiengänge wie Kunstgeschichte, Kulturmanagement oder BWL mit Kunstmarktbezug, durch kaufmännische oder gestalterische Ausbildungen, etwa in Marketingkommunikation oder Mediengestaltung, sowie über Praktika, Volontariate und Learning-on-the-Job. Eine standardisierte Qualifizierung fehlt bislang, was die Personalsuche zusätzlich erschwert.

Vor diesem Hintergrund überrascht es nicht, dass viele Galerien die Suche nach geeignetem Personal als herausfordernd beschreiben. Genannt werden vor allem ein Mangel an qualifizierten Bewerber:innen, unrealistische Gehaltsvorstellungen, geringe Belastbarkeit sowie mangelnde Bereitschaft zu flexiblen Arbeitszeiten, etwa an Wochenenden oder während Messezeiten. Einige Galerien berichten zudem, dass jüngere Bewerber:innen andere Vorstellungen von Arbeitsethos, Führung und Work-Life-Balance mitbringen, etwa den Wunsch nach flexibleren Arbeitsmodellen, flacheren Hierarchien oder klarer Trennung von Arbeit und Privatleben, was mit den betrieblichen Realitäten vieler Galerien, etwa kleinen Teams, unregelmäßigen Arbeitszeiten und hoher persönlicher Verantwortung, nicht immer vereinbar sei.

Gleichzeitig zeigen einzelne Rückmeldungen, dass es auch positive Erfahrungen gibt: etwa durch persönliche Empfehlungen, stabile Teamstrukturen oder engagierte Initiativbewerbungen. Die Passung zwischen Aufgabenprofil, Haltung und Persönlichkeit bleibt dabei zentral in einem Arbeitsumfeld, das oft unter hohem Druck steht und auf Vertrauen, Verantwortung, Interesse und Engagement angewiesen ist.

Nachfolge: Wer führt weiter?

Die Frage der Nachfolge stellt sich in vielen Galerien dringlicher denn je. Das hat strukturelle Gründe: Ein erheblicher Teil der Galerien wurde in den 1980er, 1990er und frühen 2000er Jahren gegründet, zu einer Zeit, in der sich neue Modelle zwischen Markt und Vermittlung herausbildeten. Die Inhaber:innen dieser Galerien sind heute oft zwischen Mitte fünfzig und Anfang siebzig. Viele blicken auf ein langes Berufsleben zurück und stehen nun vor der Entscheidung, wie es weitergehen soll.

Gleichzeitig zeigt die aktuelle Erhebung: Die Mehrheit der Galerien wird noch immer von Einzelpersonen oder kleinen Führungsteams geleitet, die zugleich Träger der kuratorischen Vision, des wirtschaftlichen Risikos und der institutionellen Beziehungen sind. Das macht die Suche nach einer geeigneten Nachfolge nicht nur zu einer praktischen, sondern auch zu einer emotionalen und kulturellen Herausforderung.

Dass eine Nachfolge in vielen Betrieben konkret bevorsteht, bestätigen auch die quantitativen Ergebnisse: **Bei 29 % der befragten Galerien ist eine Übergabe innerhalb der nächsten fünf Jahre geplant. Weitere 20 % gehen davon aus, dass die Nachfolge in sechs bis zehn Jahren ansteht.**

Nur 11 % sehen diesen Schritt in einem Zeitraum von mehr als zehn Jahren. **Nur 17 % der Galerien gaben an, eine konkrete Nachfolgeplanung zu haben.** Zwei Drittel haben bislang keine Vorkehrungen getroffen, trotz absehbaren Bedarfs.

Es scheint schwierig, eine geeignete Person zu finden. Die Anforderungen ähneln denen, die bereits bei der Personalsuche zum Ausdruck kamen: ökonomische Risikobereitschaft, unternehmerisches Denken, kuratorisches Gespür, Belastbarkeit und langfristige Bindung. Hinzu kommt, dass viele Galerist:innen ihre Galerie als „unikates Unternehmen“ beschreiben, dessen Identität eng mit der eigenen Person verknüpft ist. Daraus ergibt sich häufig der Eindruck, über keine übertragbaren Strukturen zu verfügen: Persönliche Netzwerke, gewachsene Beziehungen zu Künstler:innen und das individuelle Galerieprofil gelten aus ihrer Sicht als schwer vermittelbar. Doch wie in vielen familiengeführten Unternehmen handelt es sich auch hier um komplexe, aber durchaus gestaltbare Übergabeprozesse. Mit entsprechender Vorbereitung und professioneller Begleitung lässt sich die Nachfolge selbst in stark personengeprägten Galerien aktiv und erfolgreich organisieren.

So wird im Bereich Nachfolge sichtbar: Es fehlt nicht nur an qualifizierten Kandidat:innen, es fehlt auch an Wegen, Wissen und Sicherheiten, wie eine Weitergabe gelingen kann. **Die Nachfolge ist nicht nur eine persönliche, sondern auch eine strukturelle Herausforderung für den Galerienmarkt in Deutschland.** Mit jeder Galerie, für die keine Nachfolge gefunden wird, bricht ein spezifisches kulturelles Gefüge weg: Künstler:innen verlieren eine zentrale Bezugsperson,

mangels Verkäufe schwindet das Einkommen von Künstler:innen, Ausstellungen und Werke geraten außer Sicht, Nachlässe bleiben unbetreut, Archive und Sammlungen ungeordnet. **Die Frage der Nachfolge in Galerien ist eine Frage nach dem Erhalt von Wissen, Beziehungen und Sichtbarkeit im Kunstmarkt – und damit eine kulturpolitische Aufgabe.**

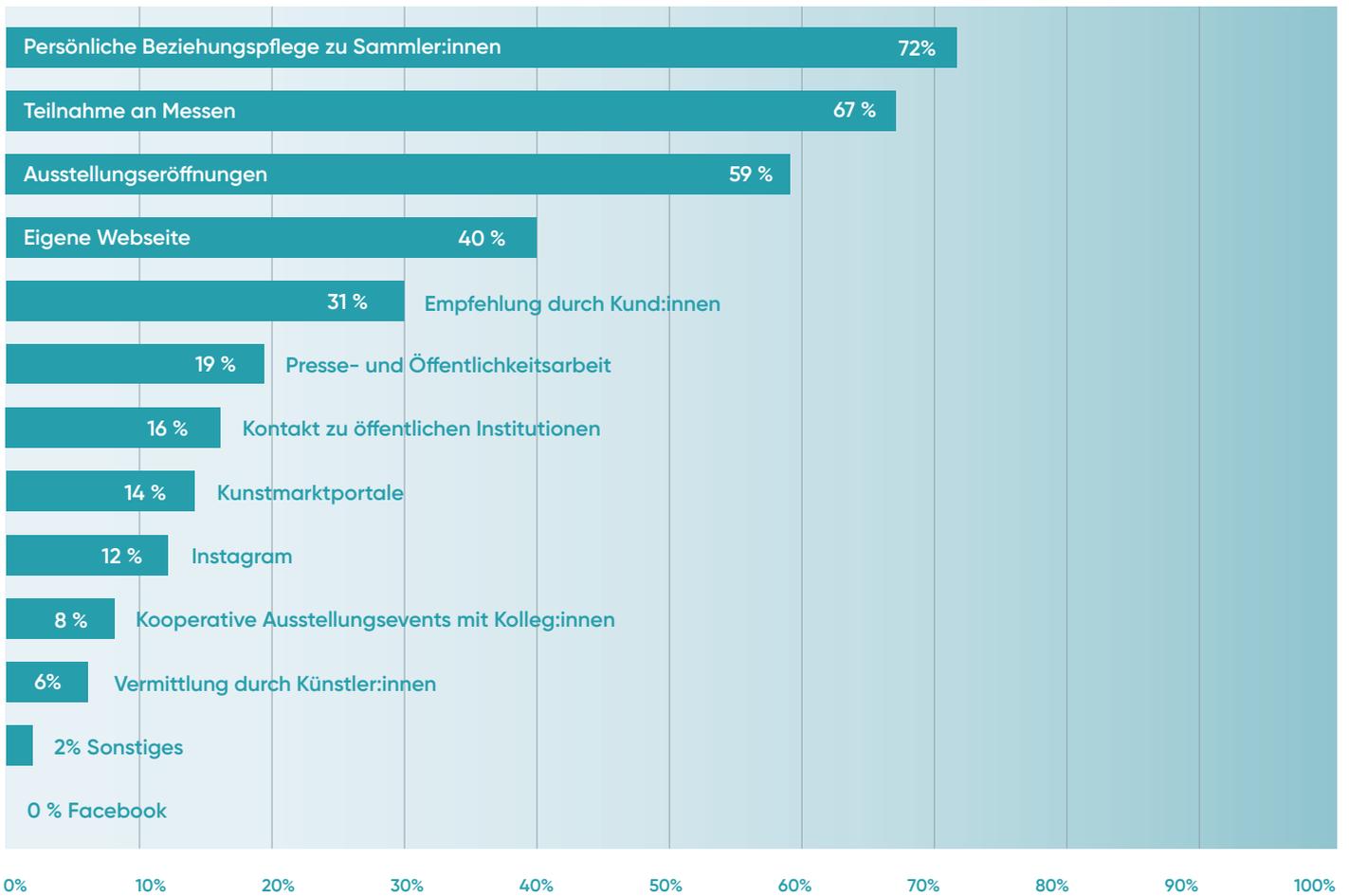
Beziehung schlägt Reichweite

Im Rahmen der Galerienstudie 2025 wurde erneut erhoben, welche Maßnahmen und Instrumente aus Sicht der Galerist:innen besonders zum wirtschaftlichen Erfolg beitragen. Wenig überraschend zeigt sich dabei ein differenziertes Bild zwischen dem, was regelmäßig praktiziert wird, und dem, was tatsächlich ökonomisch trägt. Während von nahezu allen Galerien (93 %) eine eigene Website betrieben wird, sehen nur 40 % darin einen wesentlichen Erfolgsfaktor – ein ähnliches Verhältnis wie bereits in der Studie von 2020.

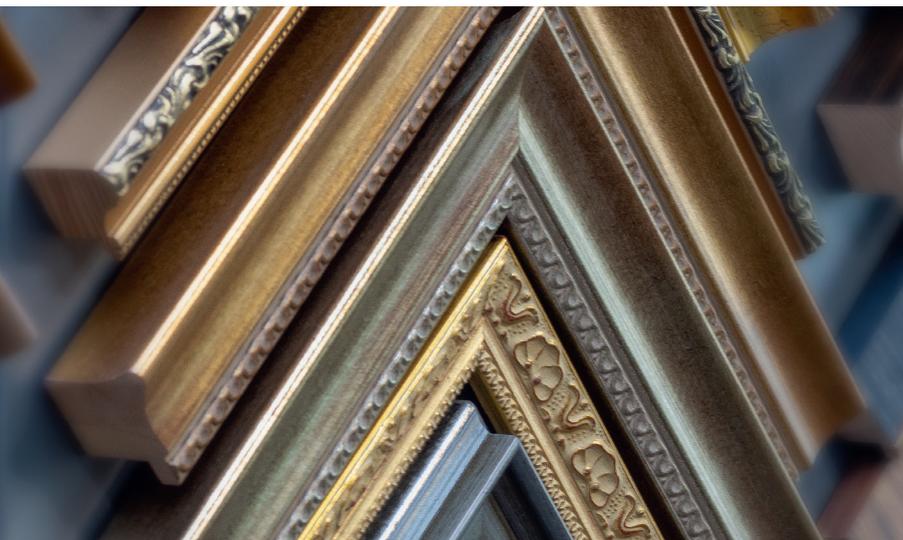
Instagram hat sich zwar als Kommunikationskanal etabliert (2025: 88 %), spielt aber bei der wirtschaftlichen Wirksamkeit kaum eine Rolle (12 %), ein Trend, der sich fortzusetzen scheint. Deutlich anders fällt das Urteil bei der Beziehungspflege zu Sammler:innen aus: Sie zählt nicht nur zu den meistgenutzten Maßnahmen (87 %), sondern steht mit 72 % unangefochten an der Spitze der wirtschaftlich relevanten Aktivitäten. Gegenüber 2020 hat sich auch die Einschätzung zur Teilnahme an Messen stabilisiert: 80 % der Galerien nehmen daran teil, 67 % ordnen ihnen eine hohe wirtschaftliche Bedeutung zu.

Ausstellungseröffnungen bleiben ebenfalls relevant, sowohl in der Durchführung (91 %) als auch in ihrer Wirkung (59 %). Das zeigt: **Direkte Begegnungen und persönliche Netzwerke sind weiterhin die entscheidenden, wirksamsten Faktoren im Galeriebetrieb.** Demgegenüber verlieren Plattformen, Vermittlung durch Künstler:innen oder soziale Medien weiter an ökonomischer Bedeutung, auch wenn sie im Alltag der Galerien präsent bleiben.

→ Welcher dieser Maßnahmen tragen besonders zum wirtschaftlichen Erfolg Ihrer Galerie bei? n = 138 | Drei Antworten waren möglich



Kunst braucht
WERTSCHÄTZUNG



- Mit 2.000 m² Rahmenwerkstatt und über 1.000 verschiedenen Rahmenleisten ist boesner der größte Fachbetrieb für Bilderrahmen und Einrahmungen in Berlin.
- Seit mehr als 40 Jahren ist boesner Partner von Kunstschaffenden, Museen, Galerien und Kunstsammlern bei der professionellen Einrahmung bleibender Werte.

4 x in Berlin

boesner

KÜNSTLERMATERIAL + EINRAHMUNG + BÜCHER

Galerienstudie III 2025

27 Jahre
Ø Durchschnittsalter
der befragten Galerien

**Bevorstehende
Nachfolge** →

Bei 29 % der befragten Galerien ist eine Übergabe innerhalb der nächsten fünf Jahre geplant. Weitere 20 % gehen davon aus, dass die Nachfolge in sechs bis zehn Jahren ansteht.

Hauptverantwortliche Galeristen

59% ♂

39% ♀

2% ♀♂

Im Jahr 2024 vertreten
die deutschen Galerien insgesamt rund

14.600
Künstler:innen

Der Median liegt weiterhin bei 16 vertretenen Künstler:innen pro Galerie, der Durchschnitt wurde durch größere Galerien leicht auf knapp 21 erhöht.

Der durchschnittliche **Frauenanteil** ist damit innerhalb von vier Jahren **um sechs Prozentpunkte gestiegen.**

Der **Anteil der Künstlerinnen** liegt nun bei **41 Prozent**. 2020 waren es noch 35 Prozent.

Während **2020** nur etwa **10% der Galerien** angaben, regelmäßig **schriftliche Verträge mit Künstler:innen** zu schließen, sind es **2024** immerhin **18%**.

>3.000

Alle Galerien zusammen schaffen im Jahr 2024 erneut über 3.000 Arbeitsplätze.



Instagram hat sich zwar als Kommunikationskanal etabliert (2025: 88 %), spielt aber bei der wirtschaftlichen Wirksamkeit kaum eine Rolle (12 %)

Messen → 67% 80%

ordnen ihnen eine hohe wirtschaftliche Bedeutung zu.

nehmen daran teil.

Im Durchschnitt erwirtschafteten die befragten Galerien 2024 rund **22 % ihres Jahresumsatzes** auf Kunstmessen.

In **39 %** der Galerien wird der meiste Umsatz mit Arbeiten zwischen **1.000 und 5.000 €** erzielt, bei weiteren **30 %** im Bereich von **5.000 bis 10.000 €**.

über 4.000 Ausstellungen auf
über 120.000 Quadratmetern
ca. 2 Mio. Gesamtbesucher

pro Jahr

Etwa **59 %** der Galerien gehören zum kleinen Segment mit einem **Jahresumsatz unter 400.000 Euro**, rund **28 %** zum mittleren Segment (**400.000 bis 1,5 Mio. Euro**) und etwa **13 %** zum oberen Segment mit einem Umsatz von **mehr als 1,5 Mio. Euro**. Hochgerechnet ergibt sich ein geschätzter **Gesamtumsatz von ca. 600 Mio. Euro**, was deutlich unter dem Referenzwert von 890 Mio. Euro in der Galerienstudie 2020 liegt. Der durchschnittlich angegebene **Rohertragsanteil liegt bei 30 %**, der Median bei 32 %.

klassische moderne und gegenwartskunst

05.-08.02.2026

art karlsruhe

@art_karlsruhe

art-karlsruhe.de

messe
__ karlsruhe

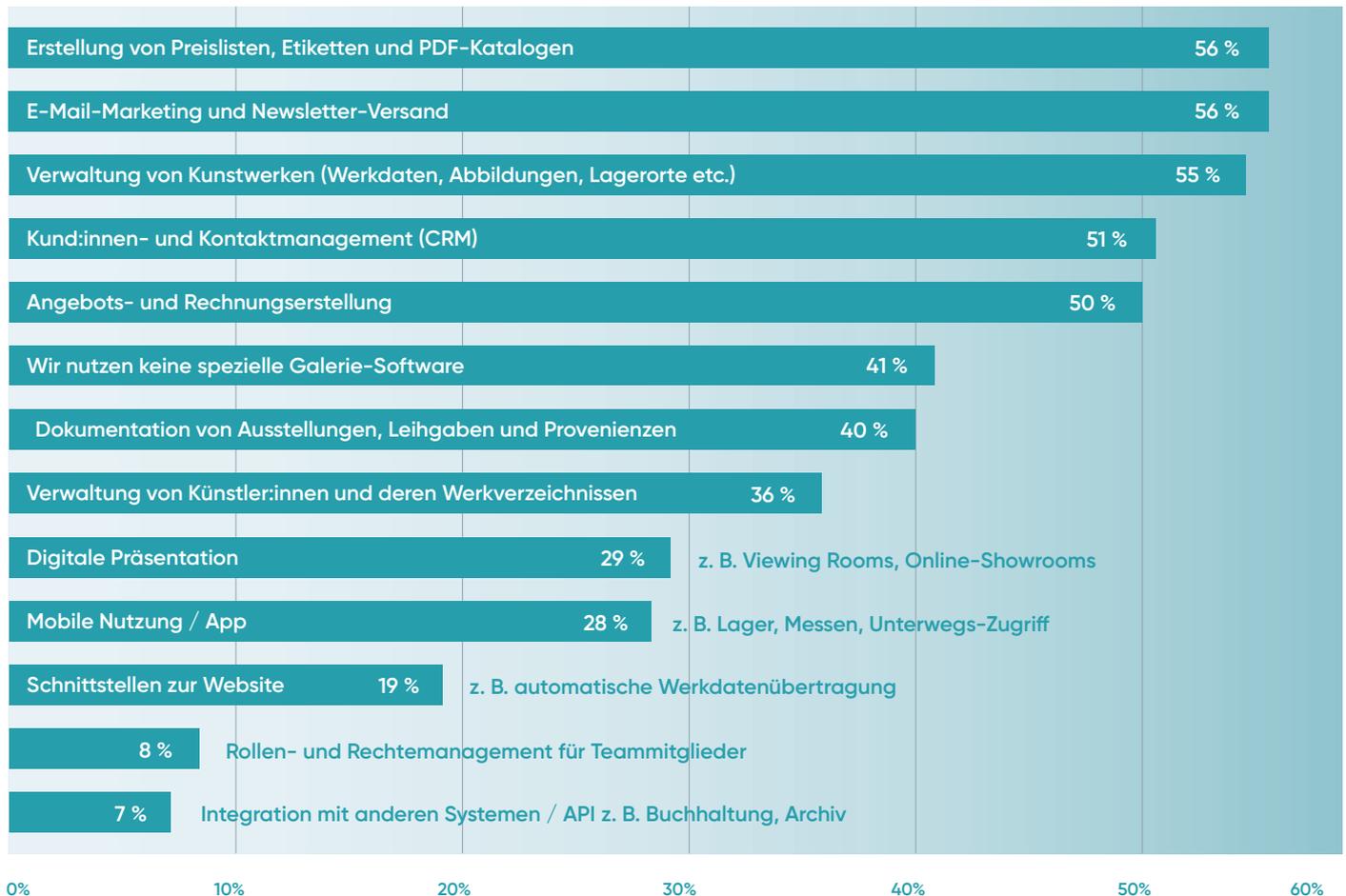
Digitalisierung im Galeriebetrieb

Die Hoffnung, die sich während der Pandemie an digitale Formate knüpfte, hat sich im Rückblick relativiert. Zwar haben viele Galerien seit 2020 in Websites, Online-Shops, Viewing Rooms oder Social Media investiert, doch der wirtschaftliche Effekt bleibt begrenzt. Der Anteil der Online-Verkäufe ist im Vergleich zu 2019 nicht etwa gestiegen, sondern rückläufig und liegt 2024 bei durchschnittlich rund 12 %. Damit bleibt der deutsche Galeriemarkt deutlich unter dem internationalen Durchschnitt, den der *Art Basel & UBS Art Market Report 2025* mit 22 % angibt. Die Mehrheit der befragten Galerien hat seit der Pandemie einzelne Elemente ihres Geschäftsmodells verändert oder erweitert, von virtuellen Ausstellungen über Podcasts bis hin zu neuen Verkaufsformaten oder Kooperationen. Auffällig ist jedoch: Kaum eine dieser Neuerungen hat sich bislang als tragfähiger alternativer Umsatzkanal etabliert. Stattdessen zeigt sich vielfach ein **pragmatischer Realismus: Vieles wird ausprobiert, manches professionalisiert, doch nur wenig dauerhaft übernommen. Die Orientierung bleibt bei vielen Galerien nah an der klassischen Ausstellungs- und Verkaufspraxis.**

Auch auf der Betriebsebene zeigen sich Begrenzungen: **Nur die Hälfte der Galerien nutzt eine spezialisierte Galerie-Software. Es dominieren klassische Verwaltungsfunktionen wie Etikettenerstellung, Rechnungslegung oder Werkverwaltung. Digitale Schnittstellen, Reportingfunktionen oder automatisierte Abläufe finden sich nur vereinzelt.** Die Digitalisierung des Galeriebetriebs bleibt vielfach additiv, nicht integrierend, sie ergänzt den bestehenden Betrieb, ersetzt ihn aber nicht. Die Zurückhaltung gegenüber grundlegenden digitalen Transformationen hat dabei unterschiedliche Ursachen. Kleinere Galerien verfügen häufig nicht über die personellen oder finanziellen Ressourcen, um komplexere Softwarestrukturen oder digitale Infrastrukturen aufzubauen. Größere Galerien, insbesondere solche mit regelmäßigem Messebetrieb, sind technologisch sehr viel besser aufgestellt, was sich auch in den individuellen Rückmeldungen andeutet.

→ Welche der folgenden Funktionen nutzen Sie in Ihrer Galerie-Software?

n = 138 / Mehrfachnennung war möglich



Die Einführung KI-gestützter Tools erfolgt bislang zögerlich, rund die Hälfte der Galerien verzichtet ganz darauf. Wo KI zum Einsatz kommt, handelt es sich meist um punktuelle Anwendungen im Bereich von Übersetzung, Texterstellung oder Newsletterversand. Strategisch-wirtschaftliche Anwendungen wie Zielgruppenanalysen, Preisfindung oder Echtheitsprüfung spielen bislang kaum eine Rolle. Die qualitative Auswertung lässt eine Polarisierung erkennen: Manche Galerist:innen lehnen KI grundsätzlich ab, sei es aus Überzeugung oder Unsicherheit. Andere wiederum experimentieren mit offenem Interesse. Besonders auffällig: Einzelne Galerien gehen einen radikal anderen Weg. Eine Galeristin berichtete von einem expliziten **KI-first-Prinzip** in ihrem Betrieb, mit der Vorgabe, dass alle Aufgaben, die sich sinnvoll mit KI erledigen lassen, auch mit KI umgesetzt werden. Solche Ansätze markieren neue Denk-

und Handlungsräume, die, auch wenn es sich noch um Einzelfälle handelt, eine Verschiebung im Arbeitsablauf und vielleicht auch im Selbstverständnis des Galeriebetriebs andeuten könnten.

Hybride Formate

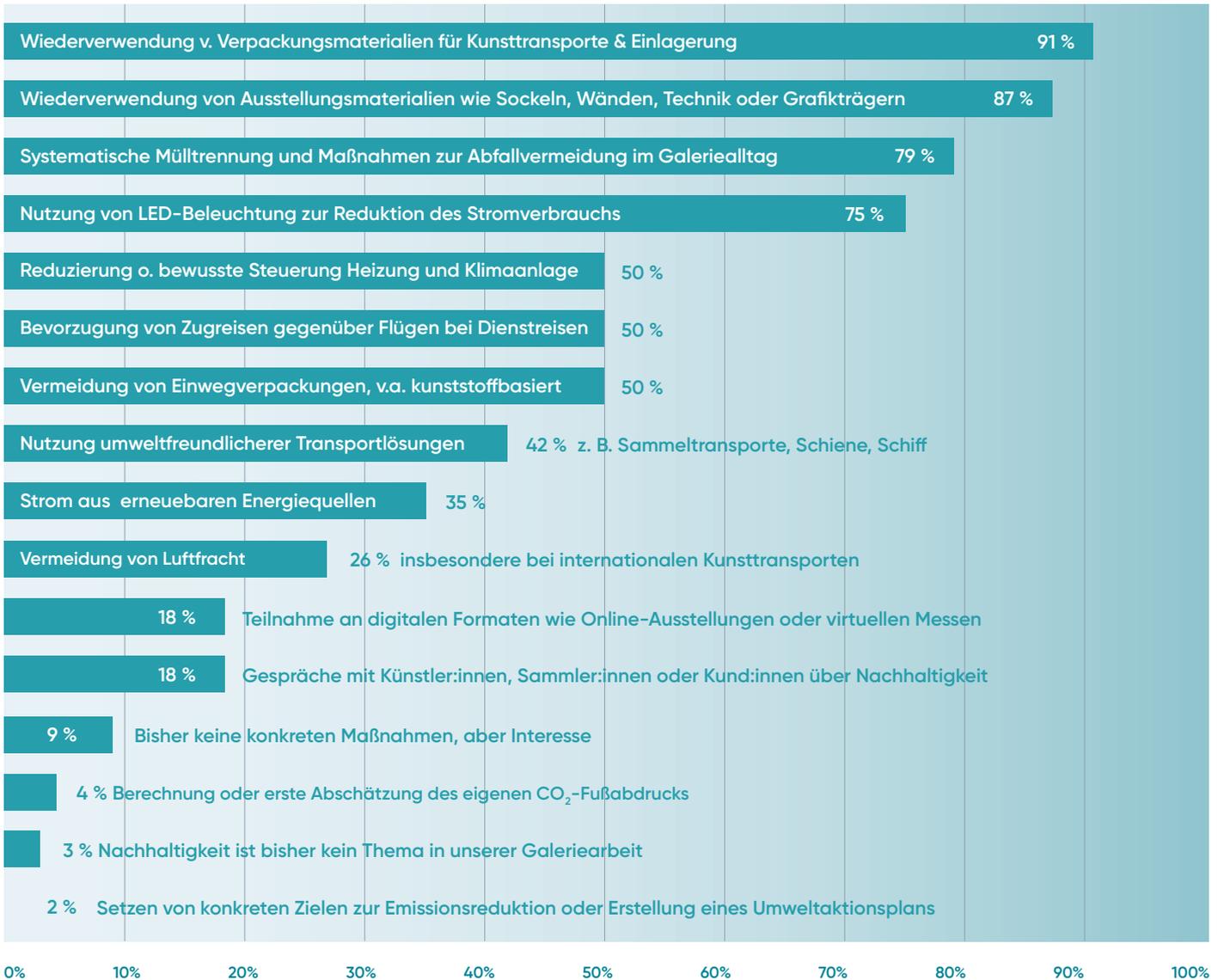
Im Jahr 2024 nutzte knapp die Hälfte der befragten Galerien (48 %) hybride Ausstellungs- oder Vermittlungsformate. Es dominieren dabei einfache digitale Ergänzungen: Online Viewing Rooms parallel zur physischen Ausstellung (29 %) und virtuelle Rundgänge durch Ausstellungen (27 %) sind die meistgenannten Formate. Komplexere Ansätze wie digitale Künstler:innengespräche, digitale Messeformate, Livestreams oder Begleitprogramme kamen nur bei 6 bis 12 % der Galerien zum Einsatz. AR-/App-Formate sind mit 2 % kaum verbreitet. Die Wirkung hybrider Formate wird insgesamt zurückhaltend eingeschätzt. Auf einer Skala von 1 (sehr gering) bis 5 (sehr hoch) lag der Durchschnittswert bei 2,3 für Reichweite und 2,2 für Kundenbindung. Nur wenige Galerien vergaben Bewertungen von 4 oder 5, vor allem dann, wenn mehrere Formate kombiniert wurden. Galerien mit nur einem oder zwei Formaten zeigten sich dagegen oft wenig überzeugt. Erst bei vier oder mehr eingesetzten Formaten steigt die Bewertung merklich auf durchschnittlich über 3,1 Punkte. Daraus lässt sich schließen: Gezielte, vielfältige Nutzung korreliert mit höherer Zufriedenheit, während punktuelle oder experimentelle Anwendungen tendenziell zu Ernüchterung führen. **Hybride Formate sind 2024 kein Standard, sondern ein selektiv genutztes Werkzeug, dessen Potenzial nur vereinzelt ausgeschöpft wird. Sie bleiben ein Ergänzungsangebot, nicht aber ein tragendes Element der regulären Galeriearbeit.**

Nachhaltigkeit in Galerien

Erstmals wurde in der Galerienstudie das Thema ökologische Nachhaltigkeit systematisch erfasst. **Die Ergebnisse zeigen ein insgesamt hohes Bewusstsein für einfache, praxisnahe Maßnahmen und erste Ansätze für einen strukturellen Tiefgang in der strategischen Umsetzung.**

Einige der befragten Galerien sind bereits Mitglied der *Gallery Climate Coalition (GCC)*, andere planen eine Mitgliedschaft. Bei den abgefragten Nachhaltigkeitsmaßnahmen zeigt sich ein klar pragmatisch geprägtes Bild: Die Mehrheit der Galerien nutzt bereits LED-Beleuchtung, verzichtet auf unnötige Verpackungen, trennt Müll oder nutzt Materialien mehrfach. Diese Maßnahmen erfordern keine strukturelle Transformation, lassen sich leicht umsetzen und sparen oft sogar Kosten. Strategische Ansätze wie Emissionsbilanzierung oder die Formulierung konkreter Reduktionsziele sind hingegen äußerst selten.

→ Welche Maßnahmen für mehr ökologische Nachhaltigkeit haben Sie in Ihrer Galerie bereits umgesetzt n = 125 | Mehrfachnennung war möglich



Die offenen Bemerkungen spiegeln diese Bandbreite wider: Einige Galerien engagieren sich sichtbar, etwa durch Projekte zur Wiederaufforstung oder Kooperationen mit Künstler:innen, die Nachhaltigkeit in ihren Werken thematisieren. Andere verweisen auf fehlende Relevanz, äußern Skepsis gegenüber der Wirksamkeit einzelner Maßnahmen oder verweisen auf die inhärente Nachhaltigkeit der Kunst selbst (Kunstwerke unterliegen keinem „Verbrauch“). Die *Gallery Climate Coalition* hat mit ihren Leitlinien und Tools, etwa zur Emissionsmessung und Materialbewertung, bereits niedrighschwellige Werkzeuge für die Praxis etabliert. Ihre Verbreitung in Deutschland steckt noch in den Anfängen. Die Ergebnisse der Studie legen nahe, dass der nächste Schritt darin bestehen kann, bewährte Tools sichtbarer zu machen, strukturelle Hindernisse zu benennen, und die Vorteile klarer herauszustellen, die mit nachhaltigem Handeln, der Zugehörigkeit zu einem starken Netzwerk und der Teilhabe an einer wachsenden Bewegung im Kunstmarkt verbunden sind.

14.600 Künstlerinnen und Künstler in deutschen Galerien

Im Jahr 2024 vertreten die deutschen Galerien insgesamt rund 14.600 Künstler:innen. Damit bleibt die Gesamtzahl im Vergleich zur letzten Erhebung nahezu unverändert. **Der Median liegt weiterhin bei 16 vertretenen Künstler:innen pro Galerie, der Durchschnitt wurde durch größere Galerien leicht auf knapp 21 erhöht.** Wie bereits 2020 vertreten nur etwa 15 Prozent der Galerien mehr als 30 Künstler:innen.

Die strukturelle Ungleichverteilung von Umsätzen innerhalb des Galerieprogramms bleibt bestehen. In vielen Galerien tragen einzelne Künstler:innen einen Großteil zum Umsatz bei, während andere, häufig jüngere, experimentell arbeitende oder weniger marktgängige, auf Quersubventionierung angewiesen sind. Diese Asymmetrie prägt die ökonomischen Handlungsspielräume sowohl auf Seiten der Galerien als auch der vertretenen Künstler:innen.

Verändert hat sich hingegen die Geschlechterverteilung. **Der Anteil der Künstlerinnen liegt nun bei 41 Prozent. 2020 waren es noch 35 Prozent. Der durchschnittliche Frauenanteil ist damit innerhalb von vier Jahren um sechs Prozentpunkte gestiegen.**

Die Mehrheit der Galerien gibt an, dass der Anteil von Künstlerinnen gestiegen sei. Begründet wird dies unter anderem mit einer bewussteren Programmpolitik, einer gestiegenen Sichtbarkeit weiblicher Positionen oder dem Wunsch nach Ausgewogenheit. Rund ein Drittel der Galerien verzeichnet keine Veränderung, zum Teil mit Verweis auf bereits bestehende Parität. Die Aussagen deuten darauf hin, dass der beobachtbare Wandel sowohl Ergebnis strategischer Entscheidungen ist als auch Ausdruck einer veränderten Wahrnehmung innerhalb der Branche. Im Unterschied zur gestiegenen Sichtbarkeit von Künstlerinnen bleibt die Ent-

wicklung bei queeren und nicht-binären Künstler:innen unklar. Nur wenige Galerien geben an, gezielt solche Positionen aufgenommen zu haben. Viele machen hierzu keine Angaben oder lehnen die Erhebung entsprechender Daten ab. Die qualitativen Rückmeldungen reichen nicht aus, um eine belastbare Aussage über Veränderungen seit 2020 zu treffen. Zugleich wird deutlich, dass queere und nicht-binäre Künstler:innen im Galerieprogramm bislang nur selten sichtbar sind.

Vertrag oder Handschlag?

Galerien und Künstler:innen arbeiten in einem engen, oft über Jahre gewachsenen Verhältnis miteinander. Diese Zusammenarbeit basiert idealerweise auf Vertrauen, gegenseitiger Wertschätzung und einem gemeinsamen Interesse an künstlerischer Entwicklung und ökonomischer Tragfähigkeit. Gleichzeitig ist sie strukturell komplex, denn sie vereint Elemente kuratorischer Verantwortung, wirtschaftlicher Kooperation und persönlicher Loyalität. Vor diesem Hintergrund erstaunt, wie wenig formalisiert diese Beziehung nach wie vor ist. Zwar zeigt sich im Vergleich zur letzten Erhebung ein leichter Wandel: **Während 2020 nur etwa zehn Prozent der Galerien angaben, regelmäßig schriftliche Verträge mit Künstler:innen zu schließen, sind es 2024 immerhin 18 Prozent. Weitere 38 Prozent schließen Verträge in Einzelfällen.** Doch 39 Prozent verzichten weiterhin grundsätzlich auf schriftliche Vereinbarungen.

Begründet wird dieser Verzicht – wie bereits 2020 – mit einem hohen Stellenwert von Vertrauen, der Besonderheit künstlerischer Prozesse und dem Wunsch nach Flexibilität. Dabei wird häufig übersehen, dass auch eine vertrauensvolle Zusammenarbeit von Klarheit profitiert. Schriftliche Vereinbarungen schaffen nicht nur Sicherheit für Ausnahmesituationen, sondern bilden eine Grundlage für kontinuierliche Gespräche über gemeinsame Ziele, Arbeitsbedingungen und Erwartungen. Sie können dazu beitragen, eine professionelle Beziehung zu strukturieren und weiterzuentwickeln. Das Bewusstsein für die Notwendigkeit solcher Vereinbarungen scheint langsam zu wachsen. In Gesprächen äußerten mehrere Galerien die Absicht, wieder oder erstmals Verträge einzuführen. Häufig wurde dabei auf Erfahrungen verwiesen, in denen fehlende Absprachen zu Missverständnissen oder Belastungen geführt hatten, etwa im Kontext von Messebeteiligungen, Werktransporten, Kommissionen oder Nachlässen.

Verträge sind dabei nicht Ausdruck von Misstrauen, sondern ein Instrument der Verbindlichkeit. Sie schaffen Raum für Verlässlichkeit und machen Erwartungen transparent. Gerade in einem Markt, der zunehmend international, diverser und arbeitsteilig wird, ist Professionalität ein entscheidender Faktor. Dazu gehört auch, die Beziehung zwischen Galerie und Künstler:in nicht allein auf informelle Routinen zu stützen, sondern sie durch gemeinsame Vereinbarungen bewusst zu gestalten. Diese können einfach gehalten sein, z.B. durch ein gegengezeichnetes Schreiben, das zentrale Punkte eines Projektes festhält, und kontinuierlich für eine längerfristige Kooperation weiterentwickelt bzw. konkretisiert werden. **Ent-**

scheidend ist, dass Vereinbarungen einen Rahmen bieten für das, was Zusammenarbeit im besten Sinne sein kann: eine kontinuierliche, gemeinsame Entwicklung.

Über 4.000 Ausstellungen jährlich auf über 120.000 Quadratmetern

Unverändert gegenüber den Jahren 2012 und 2019 organisierte eine Galerie im Jahr 2024 im Schnitt sechs Ausstellungen pro Jahr. Damit ergibt sich auch für das aktuelle Erhebungsjahr ein rechnerischer Gesamtwert von **über 4.000 Ausstellungen** bundesweit, also weiterhin mehr als zehn neue Ausstellungen an jedem Kalendertag. Der klassische Rhythmus hat Bestand, die Ausstellungstätigkeit der Galerien bleibt trotz krisenhafter Jahre im Wesentlichen stabil.

Die Ausstellungsflächen pro Galerie reichen im Jahr 2024 von wenigen Quadratmetern bis hin zu 2.000 m², wobei der Median bei 123 m², der Durchschnitt bei 182 m² liegt. Damit zeigt sich eine breitere Streuung als 2019, als der Median bei 154 m² lag. **Insgesamt ist davon auszugehen, dass die gesamte Ausstellungsfläche der professionellen Galerien in Deutschland bei über 120.000 m² liegt.** Die zusätzliche Fläche für interne Lagerung liegt im Schnitt bei 60 m², die externen Lagerflächen bei 127 m², die Büroflächen bei 43 m². **Galerien verfügen im Schnitt über eine Gesamtfläche von mehr als 400 m².**

Eine gute Lage, die Nähe zu Museen, Kulturinstitutionen und eine lebendige Umgebung bleiben für die Mehrzahl der Galerien weiterhin entscheidend. Daran hat sich trotz gestiegener Mietpreise und veränderter Rahmenbedingungen wenig geändert. Zwar könnte man angesichts der Professionalisierung und Vernetzung annehmen, dass manche Galerien auch in periphereren Lagen erfolgreich arbeiten könnten, etwa digital vernetzt oder mit starkem Messefokus, doch der physische Raum hat seine zentrale Bedeutung nicht verloren. Vielmehr zeichnet sich ab, dass er in einer hybriden Struktur aus analogen, mobilen und digitalen Formaten als Basis und Anker weiterhin eine Schlüsselrolle spielt.

Die meisten Galerien (77 %) betreiben nur einen Standort, aber rund ein Viertel unterhält zwei oder mehr Räume, teils international, teils temporär oder kuratiert in wechselnden Kontexten. Damit lässt sich erstmals auch quantitativ ein Trend zur Mehrstandort-Struktur nachweisen, der in der Galerienstudie 2020 nur qualitativ beobachtet wurde.

Die Öffnungszeiten haben sich leicht verändert: Galerien waren im Jahr 2024 im Schnitt 28 Stunden pro Woche geöffnet, der Median lag bei 26 Stunden. Damit liegt der Wert leicht unter den 30 Wochenstunden von 2019. Einige Galerien öffnen nur noch sehr selektiv, andere hingegen sehr umfassend. Die Spanne reicht von 5 bis 48 Stunden. Während der regulären Öffnungszeiten kamen 2024 im Schnitt 41 Besucher:innen pro Woche, der Median lag bei 20, exakt wie im Jahr 2019. Die Spannweite ist weiterhin sehr groß, aber der Grundwert ist erstaun-

lich konstant geblieben. **Galerien bleiben kontinuierlich frequentierte Orte, wenn auch mit hoher Varianz. Hochgerechnet auf rund 700 Galerien in Deutschland ergibt sich eine geschätzte Gesamtbesucherzahl von knapp zwei Millionen pro Jahr.**

Zu den Vernissagen kamen 2024 im Schnitt rund 130 Besucher:innen, der Median lag bei 60. Einzelne Veranstaltungen verzeichnen deutlich höhere Besucherzahlen als früher, doch die typische Vernissage ist heute etwas schwächer besucht, der Durchschnitt ist gestiegen, der Median im Vergleich zu 2019 jedoch gesunken. Es gibt eine größere Streuung und Konzentration auf wenige publikumsstarke Formate. Auch die Anzahl der Vernissagen pro Jahr hat sich etwas reduziert: Der Durchschnitt liegt bei 5,5, der Median bei 5 Veranstaltungen. 2020 lag der Schnitt noch bei über 6. In Verbindung mit den leicht gesunkenen Besucherzahlen spricht dies für eine Reduzierung und stärkere Konzentration auf wenige, publikumswirksame Veranstaltungen.

Kunstgattungen und Preissegmente

Malerei bleibt unangefochten die zentrale Gattung des deutschen Galerienmarkts, nahezu alle Galerien (97 %) haben sie im Programm, zwei Drittel (67 %) nennen sie als wirtschaftlich wichtigste Gattung. Auch Papierarbeiten, Skulpturen, Zeichnungen und Fotografie sind weit verbreitet, ebenso Objekte und Druckgrafik. Performance, Medienkunst und Installationen werden hingegen deutlich seltener vertreten, ähnlich wie bereits in der letzten Studie festgestellt. Dies bestätigt den Eindruck, dass bestimmte künstlerische Formate, die schwerer zu verkaufen sind, eher in symbolischer Funktion zur Profilbildung präsentiert werden oder weil eine Galerie die vielleicht spannendsten Werke eines Oeuvres nichtsdestotrotz zeigen möchte.

Trotz der Vielfalt im Programm liegt der Schwerpunkt des Umsatzes inzwischen stärker im mittleren und unteren Preissegment. **In 39 % der Galerien wird der meiste Umsatz mit Arbeiten zwischen 1.000 und 5.000 Euro erzielt, bei weiteren 30 % im Bereich von 5.000 bis 10.000 Euro.**

Im Gegenzug ist der Anteil der Galerien, die ihre Hauptumsätze mit hochpreisigen Arbeiten erzielen, deutlich zurückgegangen: Während 2020 noch rund 16 % der Galerien ihre stärksten Umsätze im Bereich über 50.000 Euro verzeichneten, sind es 2024 nur noch 7 %. Diese Verschiebung deutet auf eine stärkere Konzentration im unteren Preissegment hin, bei gleichzeitigem Rückgang hochpreisiger Verkäufe. Damit setzt sich analog zur internationalen Entwicklung eine in der letzten Erhebung bereits erkennbare Tendenz zur Kleinteiligkeit fort.

Der deutsche Galerienmarkt ist nach wie vor stark auf den Primärmarkt fokussiert. Über die Hälfte der Galerien (52 %) geben an, dass mehr als 90 % ihres Umsatzes aus dem Verkauf von Arbeiten lebender Künstler:innen stammen, ein ähnlich hoher Wert wie in der letzten Studie. Der Sekundärmarkt hingegen spielt

für die meisten Galerien nur eine marginale Rolle: Bei 57 % liegt sein Anteil am Jahresumsatz bei unter 10 %. Eine Verschiebung zum Sekundärmarkt ist hier nicht festzustellen.

Insgesamt unterstreichen die Ergebnisse die strukturelle Stabilität und Spezifik des deutschen Galerienmarkts. Trotz sich verändernder Rahmenbedingungen, zunehmender Kosten und internationaler Konkurrenz hat sich an der wirtschaftlichen Bedeutung der Gattungen und Marktsegmente in den letzten fünf Jahren wenig verändert. **Galerien bleiben zentraler Ort der Erstvermarktung, insbesondere für zeitgenössische Malerei und agieren dabei überwiegend in einem stark fragmentierten Markt mit hoher Abhängigkeit vom niedrigen bis mittleren Preissegment.**

Umsatzstruktur und Käufergruppen

Die Grundstruktur des deutschen Galerienmarkts hat sich auch 2024 nicht grundlegend verändert. **Etwa 59 % der Galerien gehören zum kleinen Segment mit einem Jahresumsatz unter 400.000 Euro, rund 28 % zum mittleren Segment (400.000 bis 1,5 Mio. Euro) und etwa 13 % zum oberen Segment mit einem Umsatz von mehr als 1,5 Mio. Euro.** Damit wird die Segmentierung der Galerienstudie 2020 mit Anteilen von 58 %, 25 % und 17 % im Wesentlichen bestätigt. Der Medianumsatz liegt bei 300.000 Euro, der Durchschnitt bei über 800.000 Euro. **Hochgerechnet ergibt sich ein geschätzter Gesamtumsatz von ca. 600 Mio. Euro, was deutlich unter dem Referenzwert von 890 Mio. Euro in der Galerienstudie 2020 liegt.**

Der Markt bleibt klar auf Privatkund:innen ausgerichtet: Über 60 % der Galerien erzielen den Großteil ihres Umsatzes mit Privatpersonen, institutionelle Käufer:innen spielen in den meisten Galerien nur eine untergeordnete Rolle. Zugleich zeigt sich eine hohe Abhängigkeit von Stammkund:innen, mehr als die Hälfte der Galerien erwirtschaften über 50 % ihres Umsatzes mit ihnen. Dennoch bleibt auch die Neukundengewinnung ein relevanter Faktor: Rund 40 % der Galerien machen mindestens 30 % ihres Umsatzes mit neuen Kund:innen. Verglichen mit 2020 deutet sich eine leichte Öffnung hin zu neuen Käufergruppen an.

Jenseits des Umsatzes: Was Galerien wirklich einnehmen

In der Galerienstudie 2020 wurde bereits der Begriff des Rohertrags eingeführt, als Versuch, das ökonomische Fundament von Galerien realistischer zu erfassen. Gemeint ist der Anteil des Umsatzes, der nach Abzug des Anteils für Künstler:innen sowie der unmittelbaren Produktions- und Transportkosten tatsächlich zur Verfügung steht: für Personal, Miete, Messen, und nicht zuletzt für den eigenen Lebensunterhalt. Diese Perspektive ist notwendig, weil der Umsatz allein zu wenig über die wirtschaftliche Substanz eines Galeriebetriebs aussagt.

Die Galerienstudie 2025 hat nun erstmals systematisch nach diesem Rohertrag gefragt und liefert ein aufschlussreiches, teils ernüchterndes Bild. **Der durchschnittlich angegebene Rohertragsanteil liegt bei 30 %, der Median bei 32 %.** Die Streuung ist enorm: Einige Galerien geben Rohertragsanteile von unter 10 % an, andere von über 70 %. Der Medianwert des Rohertrags liegt bei 50.000 Euro, bezogen auf einen Medianumsatz von 300.000 Euro. Ein hoher Umsatz führt nicht automatisch zu einem hohen Rohertrag.

Umgekehrt erzielen auch Galerien mit relativ niedrigen Umsätzen in Einzelfällen beachtliche Roherträge, vermutlich durch schlanke Strukturen, gute Kalkulation oder niedrigere Beteiligungen Dritter. Für einen Großteil der Galerien bleibt nach Abzug der direkten Kosten nicht mehr als ein Betrag, von dem bestenfalls ein schmales Team bezahlt, eine Miete gestemmt und ein Mindestmaß an unternehmerischem Risiko getragen werden kann.

Die vorliegenden Daten zeigen, wie schmal der Grat ist, auf dem sich viele Galerien bewegen, unabhängig vom künstlerischen Anspruch oder internationaler Präsenz. **Wer über die Zukunft und Förderung des Galerienmodells spricht, muss den Rohertrag ins Zentrum stellen.** Denn nicht der Umsatz, sondern das, was am Ende bleibt, entscheidet darüber, ob eine Galerie bestehen kann oder von Projekt zu Projekt auf Sicht wirtschaften muss. Dafür braucht es eine stärkere kaufmännische Aufmerksamkeit bei den Akteuren selbst, und zugleich mehr Bereitschaft, wirtschaftliche Grundlagen offen zu reflektieren. Transparenz und Austausch sind unerlässlich, auch damit die Kulturpolitik und die Medien die Realität galeriebasierter Kulturarbeit angemessen einschätzen können und nicht in vereinzelt ausländischen Auktionsergebnissen den Maßstab sehen.

Kunstkauf – Regionale, nationale und internationale Strukturen

Wie bereits 2020 wurde auch in der aktuellen Erhebung nach der Herkunft der Käufer:innen differenziert: regional, national und international. Im Vergleich zeigen sich leichte Verschiebungen. **2024 stammen nur noch 30 % des Umsatzes aus der eigenen Region, zehn Prozentpunkte weniger als 2020.** Der Anteil nationaler Käufer:innen liegt bei 34 %, der internationale bei 24 %. Die Galerien haben die jeweiligen Anteile getrennt voneinander geschätzt, dabei summierten sie sich nicht auf 100 %. Damit bleibt der deutsche Galeriemarkt in erster Linie ein nationaler Markt, mit internationalem Horizont, aber nach wie vor begrenztem Auslandsanteil. Auffällig ist vor allem der Rückgang des regionalen Anteils. Zugleich gibt es eine leichte Verschiebung hin zu überregionalen und internationalen Verkäufen, allerdings nicht in einem Ausmaß, das auf eine strukturelle Internationalisierung des Marktes hindeuten würde.

Umsätze auf Messen

Die Rolle der Kunstmessen für den wirtschaftlichen Erfolg von Galerien ist 2024 ambivalent. Zwar nutzen viele Galerien weiterhin Messeformate zur Sichtbarkeit und Kundenpflege, doch die Zahl der Beteiligungen und der dort erzielte Umsatz fallen im Vergleich zu früheren Jahren etwas geringer aus. Mehr als 20 % der befragten Galerien gaben an, im Jahr 2024 an keiner einzigen Messe teilgenommen zu haben. Die restlichen Galerien beteiligten sich durchschnittlich an zwei bis drei Messen. Knapp ein Drittel beschränkte sich auf eine einzige Teilnahme, nur 11 % nahmen an vier oder mehr Veranstaltungen teil. Im Vergleich zur Galerienstudie 2020 zeigt sich hier eine Veränderung: Damals nahmen 20 % der Galerien an fünf oder mehr Messen teil, ein Wert, der 2024 nicht erreicht wurde.

Im Durchschnitt erwirtschafteten die befragten Galerien 2024 rund 22 % ihres Jahresumsatzes auf Kunstmessen. 29 % der Galerien lagen dabei unterhalb der Marke von 10 %, während knapp 10 % der Galerien angaben, mehr als die Hälfte ihres Umsatzes auf Messen zu erzielen. Mit 22 % liegt der Anteil in Deutschland unter dem globalen Durchschnitt von 31 %, den der *Art Basel & UBS Art Market Report 2025* ausweist. Dort ist der Umsatzanteil auf Messen gegenüber dem Vorjahr zwar leicht gestiegen, bleibt aber weiterhin unter dem Niveau von 2022 (35 %) und deutlich unter dem Vor-Pandemie-Wert von 42 % im Jahr 2019. Vor allem größere Galerien mit einem Umsatz über 10 Millionen USD verzeichneten international die höchsten Messeumsätze (34 %), während kleinere Galerien in niedrigeren Umsatzsegmenten teils Rückgänge verzeichneten. Die Ergebnisse der Galerienstudie 2025 deuten darauf hin, dass auch in Deutschland vor allem Galerien mit höherem Umsatz stärker von Messen profitieren.

Die am häufigsten besuchte Veranstaltung war die Art Karlsruhe (43 %), gefolgt von der Positions Berlin Art Fair und Paper Positions Berlin (jeweils 20 %). Auch die Art Cologne (18 %) und das Gallery Weekend Berlin (13 %) wurden häufig genannt. Internationale Großformate wie Art Basel (5 %), Paris Photo (7 %), Arco Madrid (7 %) oder Frieze London (4 %) spielten hingegen eine deutlich geringere Rolle.

Wie gut ist der Standort?

Erstmals wurde die Standortqualität in der Galerienstudie 2025 systematisch über eine Bewertungsskala abgefragt. Die Galerien konnten ihre Situation mit einer Schulnote von 1 (sehr gut) bis 6 (sehr schlecht) einschätzen. Der Durchschnittswert aller Antworten liegt bei 3,0 und damit exakt im Mittelfeld. Die Einschätzungen fallen breit gefächert aus. Während einzelne Galerien von sehr guten Bedingungen berichten, sehen andere ihren Standort deutlich kritischer. Neben infrastrukturellen Vorteilen wie zentraler Lage, Erreichbarkeit oder kulturellem Umfeld spielen auch Faktoren wie Mietkosten, Sichtbarkeit und das vorhandene Sammler:innenpotenzial eine Rolle.

Ein exemplarischer Vergleich zwischen den drei größten Städten zeigt deutliche Unterschiede: **Berliner Galerien bewerten ihren Standort im Durchschnitt am besten. Sie profitieren von internationaler Ausstrahlung, künstlerischer Dichte und hoher Sichtbarkeit. Gleichzeitig werden hier strukturelle Probleme wie geringe lokale Kaufkraft genannt.** Hamburger Galerien sind insgesamt zurückhaltender, oft wird eine schwache Basis von Sammler:innen oder ebenfalls ein geringes Kunstkaufverhalten moniert. Münchner Galerien schätzen die hohe Kaufkraft und Nähe zu Institutionen, kritisieren aber Mieten, Infrastruktur und fehlende Messepräsenz.

Diese regionalen Unterschiede bieten Ansatzpunkte für vertiefende Auswertungen, insbesondere im Zusammenspiel mit standortspezifischen Bedingungen und regionalen Förderstrukturen. Sie liefern wichtige Hinweise für kulturpolitische Förderstrategien und zeigen, dass die Qualität eines Standorts nicht allein von seiner Größe, sondern in einem nicht zu unterschätzenden Maß von seinem kulturellen und wirtschaftlichen Umfeld geprägt ist.

Gesetzgeberische Herausforderungen und politische Forderungen

Galerien agieren an der Schnittstelle zwischen Kultur und Markt. Sie arbeiten auf eigenes unternehmerisches Risiko, sind aber zugleich Orte hoher öffentlicher Relevanz – für künstlerische Entwicklung, kulturelle Bildung, sozialen Austausch und Sichtbarkeit. Diese Doppelrolle macht sie besonders anfällig für Überforderungen durch gesetzliche Vorgaben, die den Zusammenhang und die Wechselwirkung zwischen wirtschaftlicher Tätigkeit und kulturvermittelnder Funktion nicht ausreichend berücksichtigen.

In der Galerienstudie 2020 formulierten viele Galerist:innen die Hoffnung, dass sich die durch COVID-19 angestoßenen Formen der Förderung verstetigen und zu einer stärkeren kulturpolitischen Wertschätzung führen würden. Und tatsächlich: Die damalige Forderung nach einer Wiedereinführung des ermäßigten Umsatzsteuersatzes für Kunst wurde nun umgesetzt. Für viele Galerien bedeutete diese steuerpolitische Korrektur eine spürbare Entlastung, insbesondere in einem Markt, in dem Margen oft knapp kalkuliert sind. Gleichwohl zeigt sich fünf Jahre später, dass sich die strukturellen Herausforderungen damit keineswegs erledigt haben.

Deutlich am häufigsten genannt wurde im Rahmen unserer aktuellen Befragung das Geldwäschegesetz. Es wird von zahlreichen Galerien als praxisfern, unverhältnismäßig und bürokratisch beschrieben. Besonders kleinere Galerien fühlen sich durch die Pflicht zur Kundenerfassung und zur langfristigen Aufbewahrung von Dokumentationen überfordert. Mehrfach wurde auf die faktisch doppelte Kontrolle durch Banken hingewiesen. Gefordert wird primär eine Anhebung der Schwellenwerte oder eine Ausnahmeregelung für Kleinstunternehmen. Die Intention des Gesetzes wird nicht grundsätzlich in Frage gestellt, wohl aber seine pauschale Anwendung auf Galerien, die kulturell und strukturell andere Anforderungen erfüllen als große Handelsplattformen oder Finanzdienstleister.

Auch die Künstlersozialkasse (KSK) bleibt ein Reibungspunkt. Die Abgabepflicht wird nicht nur als finanzielle Belastung beschrieben, sondern als dysfunktional und ungerecht – insbesondere bei der Zusammenarbeit mit ausländischen Künstler:innen, die nicht in Deutschland leben und für die dennoch ein Künstlersozialbeitrag geleistet werden muss. Einige Galerien sprechen von einer strukturellen Ungleichbehandlung, die internationale Arbeit erschwert und zu einem Wettbewerbsnachteil führen kann. Gefordert werden eine Vereinfachung der Nachweispflichten, eine Senkung des Beitragssatzes oder eine breitere Finanzierungsbasis durch den Staat.

Ein weiterer oft genannter Punkt betrifft die Mehrwertsteuer auf bestimmte künstlerische Gattungen. Obwohl Kunst wieder mit dem reduzierten Steuersatz belegt ist, gilt dies weiterhin nicht für Fotografie, Videoarbeiten und fotobasierte Drucktechniken. Diese „Differenzierung“ beruht auf einer

überholten Definition im Zolltarif, die Kunstwerke nur dann als steuerbegünstigt einstuft, wenn sie „vollständig mit der Hand geschaffen“ sind. Diese Rechtsauffassung wird von vielen Galerien als willkürlich empfunden, mit unmittelbaren wirtschaftlichen Folgen für die Sichtbarkeit und Vermittelbarkeit dieser Medien. Die Forderung nach einer Anpassung des Zolltarifs und damit nach Gleichstellung aller künstlerischen Ausdrucksformen unabhängig von Technik oder Material zieht sich durch zahlreiche Rückmeldungen.

Darüber hinaus wurde vielfach eine strukturelle Überforderung durch administrative Auflagen benannt, etwa im Zusammenhang mit der E-Rechnungspflicht, digitalen Buchhaltungsanforderungen oder dem internationalen Zollverkehr. Viele Galerien wünschen sich eine stärkere Differenzierung nach Unternehmensgröße. Dabei geht es nicht um Ausnahmen, sondern um faire und praktikable Rahmenbedingungen.

Mehrere Galerien äußerten zudem Kritik an der ungleichen Förderlogik: Während gemeinnützige Institutionen systematisch Zugang zu öffentlicher Förderung haben, blieben privatwirtschaftlich organisierte Galerien in vielen Programmen außen vor – trotz ihres kulturellen Auftrags. Gefordert wird ein gleichberechtigter Zugang zu Ausstellungsförderung, zu gezielten Förderprogrammen für junge Galerien sowie eine strukturelle Messeförderung. Auch die Forderung nach höheren Ankaufsbudgets für Museen wurde erneut formuliert.

Neben diesen konkreten Aspekten zeigen sich auch grundlegende Zweifel an der gesellschaftlichen Wahrnehmung der Galeriearbeit. Einzelne Galerien fragten, warum sie nicht als Kulturakteure gewürdigt und im öffentlichen Diskurs auf ihre kommerzielle Funktion reduziert werden. Andere betonen, wie zentral ihre Arbeit für die Sichtbarkeit von Künstler:innen, für die ideelle Kunstvermittlung und für die kulturelle Öffentlichkeit ist, auch jenseits von Verkaufszahlen.

Bereits in der Galerienstudie 2020 wurde formuliert, dass kulturpolitische Forderungen nur dann Gewicht entfalten, wenn sie gemeinsam artikuliert werden. Und 2025 zeigt sich, dass viele Anliegen geteilt werden, dass es aber zugleich einer kollektiven Formulierung dieser Anliegen bedarf, um strukturelle Veränderungen zu erreichen. Die Rückmeldungen machen deutlich: Die Anerkennung von Galerien als Kulturakteure bemisst sich nicht an einzelnen politischen Maßnahmen, sondern an der Gesamtheit der Rahmenbedingungen, an der Zumutbarkeit gesetzlicher Vorgaben, an einer offenen Förderlandschaft. **Es bedarf der Bereitschaft, privatwirtschaftliche Kulturarbeit strukturell anzuerkennen als systemrelevant für die Sichtbarkeit und Entwicklung zeitgenössischer Kunst.**

Dank

Ein herzlicher Dank an die mehr als 150 Galerien, die sich im Frühjahr an unserer bundesweiten Umfrage beteiligt haben. Ein besonderer Dank gilt unserem Kooperationspartner, dem Bundesverband Deutscher Galerien und Kunsthändler (BVDG) mit Birgit Maria Sturm, Silvia Zörner und Maria Morais sowie Kristian Jarmuschek und Thole Rothermund, die nicht nur maßgeblich bei der Verteilung der Umfrage geholfen haben, sondern auch während des gesamten Prozesses als ständige Ansprechpartner und verlässliche Austauschpartner zur Verfügung standen. Ebenso Dank an den Landesverband Berliner Galerien mit Werner Tammen, Andreas Herrmann und Nana Poll, dem Gallery Weekend Berlin mit Antonia Ruder, sowie allen weiteren Organisationen, die den Link zur Umfrage geteilt haben, darunter die Initiative Stuttgarter Galerien zeitgenössischer Kunst sowie der Landesverband Hamburger Galerien.

Dank gilt daneben allen, die als Ansprechpartner:innen ihr Wissen eingebracht haben, ob auf Messen oder in zahlreichen Gesprächen im Verlauf der letzten Jahre. Besonders zu nennen sind Dr. Stephan Geiger, Wolf Lieser und Imke Valentien. Dank für das Korrekturlesen an Gunda Trepp, für das Layout an Annette Granados Hughes sowie für die Pressearbeit an Denhart von Harling.

Ein großes Dankeschön an alle Institutionen, deren finanzielle Unterstützung die Umsetzung dieser Studie möglich gemacht hat. Dieses Engagement hat nicht nur die kostenfreie Bereitstellung als PDF ermöglicht, sondern auch den Druck und die Verteilung von 1.000 Exemplaren, die auf Nachfrage beim BVDG erhältlich sind.

Zu den langjährigen finanziellen Unterstützern und inhaltlichen Partnern zählt boesner Berlin, hier gilt besonderer Dank Michael Harnacke. Neu hinzugekommen ist in diesem Jahr die Senatsverwaltung für Wirtschaft, Energie und Betriebe, mit der ein Workshop zur vertieften Auseinandersetzung über die Situation der Galerien geplant ist. Dank gebührt dem zuständigen Staatssekretär, Herrn Michael Biel, sowie Silvia Fiedler und Sandra Čajić.

Ebenso geht der Dank an drei große Messen in Deutschland – die ART COLOGNE, die art karlsruhe und die ART DÜSSELDORF – für ihre Unterstützung und den inspirierenden Austausch. Namentlich gedankt wird Pia D’Hondt und Daniel Hug (ART COLOGNE), Julia Fehrenbach und Olga Blaß (art karlsruhe) sowie Walter M. Gehlen und Dr. Annalena Roters (ART DÜSSELDORF). Die Fortsetzung dieser Zusammenarbeit und die gemeinsame Vertiefung der Studienergebnisse in Workshops werden mit Freude erwartet.

Impressum Galerienstudie 2025

Herausgeber

© Institut für Strategieentwicklung (IFSE)

www.ifse.de

Kooperationspartner

Bundesverband Deutscher Galerien und Kunsthändler e.V. (BVDG)

www.bvdg.de

Autor

Hergen Wöbken

Email: galerienstudie@ifse.de

Empfohlene Zitierweise

Wöbken, Hergen (2025): Galerienstudie 2025. Berlin: Institut für Strategieentwicklung (IFSE).

Logo IFSE: Adrian Krell, Wien

Foto Hergen Wöbken: Jeanne Degraa

Druck: Pinguin Druck, Berlin

Gestaltung: Studio Granada / Annette Granados Hughes, München





BERLIN	
Senatsverwaltung für Wirtschaft, Energie und Betriebe	

HEADLINE PARTNER



ART DÜSSEL DORF

APRIL 17-19, 2026

AREAL BÖHLER

MAIN PARTNER



IN KOOPERATION MIT



Landeshauptstadt
Düsseldorf

**BVDG
KUNST
SCHAFFT
NEUES
DENKEN**

Highlights 50 Jahre BVDG

1966/67

Der neu gegründete „Verein progressiver deutscher Kunsthändler“ organisiert den ersten „Kunstmarkt Köln 67“ im Gürzenich.

1975

Gründung des BVDG – Bundesverband Deutscher Galerien in Köln.

1980

Gründung der „Ausgleichsvereinigung Kunst“ mit der VG Bild-Kunst zur Erleichterung der Künstlersozialabgabe und des Folgerechts durch eine Umsatzpauschale.

Der BVDG initiiert ein Künstlerförderprogramm, das bis heute läuft: *NEW POSITIONS* auf der *ART COLOGNE*.

1988

Erste Verleihung des *ART COLOGNE*-Preises gemeinsam mit der Koelnmesse an die New Yorker Galeristin Ileana Sonnabend

1992

Gründung des ZADIK – Zentralarchiv des internationalen Kunsthandels durch den BVDG

2004

Einführung der juristischen Hotline für BVDG-Mitgliedsgalerien

2007

Fusion des BVDG mit dem Bundesverband Deutscher Kunstverleger e.V.

2010/11

Umzug von Köln nach Berlin und Öffnung des BVDG für Kunsthändler mit dem Claim: „Kunst schafft neues Denken“

2012

Kampagne „7 statt 19“ geht nach Abschaffung der Steuerermäßigung für Galerien durch die EU an den Start.

2013

Erste bundesweite Galerienstudie des IFSE in Kooperation mit dem BVDG

2014

Erstmals Aufnahme von Fördermitgliedern im BVDG

2015

Der BVDG-Ehrenkodex für Galerien und Kunsthändler erscheint

2017

„Schwelten in Kollision“ – Symposium zur Digitalisierung im Kunstmarkt in Kooperation mit dem HeK – Haus der elektronischen Künste Basel

2018

Erster „Praxistag für Galerien“ in Kooperation mit der IHK zu Köln

2019

Gründung der Interessengemeinschaft Deutscher Kunsthandel und Konferenz zur Restitution im Kunsthandel „Fair und Gerech?“ in München (*Publikation zur Tagung erscheint 2022*)

2020

Auf Initiative des BVDG werden in der Corona-Pandemie erstmals mehrere Förder- und Investitionsprogramme für Galerien und Kunstmessen bis 2022 im Rahmen von NEUSTART KULTUR durch den Bund aufgelegt.

Zweite bundesweite Galerienstudie des IFSE in Kooperation mit dem BVDG

2021

Beginn der Kooperation mit „Kreativ-Transfer“ zur Mobilitätsförderung von Galerien

2022

Gründung von k3d - Koalition Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland – ein offenes Bündnis der führenden privatwirtschaftlichen Interessenvertretungen

2023

Beginn der Kooperation mit der *art Karlsruhe* und Etablierung des vom Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien geförderten Programms re:discover

2024

Nach Indonesien (2018) folgt die zweite außereuropäische Markt-erkundungsreise für Galerien: Mexiko

2025

Nach über 10-jährigem Einsatz des BVDG: Wiedereinführung der ermäßigten Mehrwertsteuer für Galerien.

Dritte bundesweite Galerienstudie des IFSE in Kooperation mit dem BVDG