

## Ansicht eines Spezialversicherers: analog versus online auf dem Kunstmarkt

**Heute ist jeder online und beinahe alles ist digital. Doch wie sieht es mit der Kunstszene aus? Analoge Kunstveranstaltungen sind seit Jahrzehnten etablierte Szenehighlights, bei denen Kunst live erlebt wird und aufstrebende Newcomer ihre Werke einem größeren Publikum präsentieren.**

So trifft sich auch dieses Jahr das internationale Who's who wieder auf der Art Basel, dem Hotspot für angesagte Galerien und Künstler. Doch wer Kunst kaufen möchte, kann dies mittlerweile auch bequem und schnell rund um die Uhr über das Internet erledigen. Dem Hiscox Online Art Trade Report 2016 zufolge folgen auch Galerien diesem Trend und wenden sich immer stärker dem Onlinehandel zu:

- Bereits 28% der 127 befragten Galerien verkaufen ihre Kunst über digitale Kanäle.
- 26% planen in 2016 die Zusammenarbeit mit e-Commerce-Partnern.
- 52% geben an, online vor allem an internationale Kunden zu verkaufen.

Diese und weitere Ergebnisse über den zunehmend wichtiger werdenden Online-Kunsthandel für Galerien finden sich im Hiscox Online Art Trade Report 2016 unter diesem [Link](#).

## DER HISCOX ONLINE ART TRADE REPORT

# 2016



**2015: 31%**  
der Kaufentscheidungen  
wurden **durch Social Media**  
beeinflusst (In 2014: 24%)

**92%**  
der Befragten planen  
im nächsten Jahr mehr  
oder zumindest gleich  
viel Kunst wie in 2015  
digital zu erwerben



**65%**  
der Befragten  
nutzten Instagram  
als wichtigsten  
Social Media Kanal  
für kunstbezogene  
Zwecke (In 2014: 48%)



(18 - 35 Jahre)



**16%**  
der Befragten  
nutzten das Handy  
für Online-Kunstkäufe

Wert des globalen  
Online-Kunstmarktes  
2014

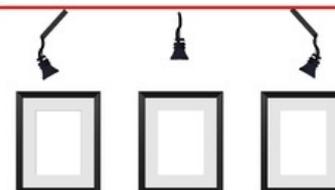
**2,64 Mrd. \$**



24% Wachstum



2015  
wächst der  
Online-Kunsthandel auf  
**3,27 Mrd. \$**



**28%** der befragten Galerien  
setzten stärker **auf den**  
**Online-Kanal** (In 2012: 22%)

### Auktionshäuser auf Wachstumskurs

Online-Pure-Player wie Auctionata  
und Paddle8 konnten 2015 mehr  
als doppelt so viele Verkäufe  
verzeichnen wie 2014



Der Hiscox Online Art Trade Report 2016 basiert auf  
den Antworten von 672 Kunstkäufern. Die Studie wurde  
erstellt in Zusammenarbeit mit dem auf den Kunstmarkt  
spezialisierten Analyseunternehmen ArtTactics.

Mehr Informationen unter: [www.hiscox.de](http://www.hiscox.de)



### Pressekontakt:

Yvonne Kautzner

Telefon: +49 (0) 89 54 58 01 566

E-Mail: [yvonne.kautzner@hiscox.de](mailto:yvonne.kautzner@hiscox.de)

### Unternehmen

HISCOX

Arnulfstraße 31

80636 München

Internet: [www.hiscox.de](http://www.hiscox.de)

### Über HISCOX

Hiscox ist ein internationaler Spezialversicherer mit einem auf die Absicherung beruflicher Risiken, privater Vermögenswerte und Spezialrisiken fokussierten Versicherungsportfolio.

Gegründet vor über 100 Jahren ist das Unternehmen an der London Stock Exchange notiert (LSE:HSX) und hat Büros in vierzehn Ländern. Kunden mit hochwertigem Privatbesitz bietet Hiscox Versicherungen mit einer umfassenden Allgefahrendeckung, insbesondere für Kunst, wertvollen Hausrat, Ferienhäuser und Oldtimer sowie Lösegeldversicherungen. Für Kunstsammlungen und Kunstausstellungen bietet Hiscox spezielle Konzepte an. Für Geschäftskunden bietet Hiscox branchenspezifische Vermögensschadenhaftpflicht-, D&O- und Cyberversicherungen, die auf mittelständische Dienstleistungsunternehmen zugeschnitten sind. Hier konzentriert sich Hiscox auf die IT-, Medien, Telekommunikations- sowie Unternehmensberatungsbranche.

**Pressekontakt:**

Jessica Vanscheidt  
Telefon: +49 (0) 89 72 01 87 271  
E-Mail: [j.vanscheidt@lhk.de](mailto:j.vanscheidt@lhk.de)

**Unternehmen**

LoeschHundLiepold Kommunikation  
Tegernseer Platz 7  
81541 München

Internet: [www.lhk.de](http://www.lhk.de)