

9. September 2021

# Mitteilung

## Die Art Basel und UBS Kunstmarktumfrage zeigt, dass die Kunstverkäufe sich erholen, da Sammler sehr engagiert bleiben

- **Mehr als die Hälfte der Händler meldete einen Umsatzanstieg im ersten Halbjahr 2021**
- **Medianausgaben der HNW Sammler steigen - wobei die digitalen Kanäle weiterhin von Bedeutung sind**
- **Appetit für digitale Kunst wächst**

Zürich, 9. September 2021 – Die Art Basel und UBS haben heute eine in 2021 durchgeführte Halbjahresumfrage unter dem Titel "Resilienz im Händlerbereich" veröffentlicht, die von der renommierten Kulturökonomin Dr. Clare McAndrew, Gründerin von Arts Economics, verfasst wurde. Im Vorfeld der, nach Basel zurückkehrenden Art Basel (24. bis 26. September), präsentiert die Umfrage eine Analyse des globalen Händlersektors im ersten Halbjahr 2021 inmitten der anhaltenden Herausforderungen der COVID-19 Pandemie mit Schwerpunkt auf den Beschäftigungsstrukturen und dem Umsatz. Die Analyse basiert auf Antworten von über 700 Händlern, die im Kunst- und Antiquitätenmarkt in 54 Regionen oder Ländern tätig sind. Sie integriert auch neue Erkenntnisse aus einer Umfrage unter 500 High-Net-Worth -Sammlern (HNW), die von Arts Economics und UBS Investor Watch in fünf Märkten (USA, Großbritannien, Hongkong SAR (China), Deutschland und Schweiz) durchgeführt wurde, sowie Daten vom UBS Evidence Lab.

Die vollständige Umfrage kann kostenlos unter <http://www.ubs.com/collecting> heruntergeladen werden.

### Zu den wichtigsten Ergebnissen gehören:

- **Umsatz und Hauptmärkte:** Etwas mehr als die Hälfte (51%) der befragten Händler meldeten im ersten Halbjahr 2021 einen Umsatzanstieg gegenüber dem gleichen Zeitraum in 2020. Asiatische Händler meldeten die größte Umsatzsteigerung mit einem durchschnittlichen Anstieg von 18%, einschließlich eines Anstiegs von 6% für Unternehmen in Großchina. Das schwierigste Umfeld meldeten Händler in Europa mit einem durchschnittlichen Umsatzrückgang von 7% in der gesamten Region.
- **Die digitale Beschleunigung setzt sich fort:** Die digitalen Kanäle blieben signifikant und machten 33% des gesamten Umsatzes der Händler aus (oder 37%, einschließlich der Online Viewing Rooms der Kunstmessen), was mehr als doppelt so viel ist wie 2019. Der größte Teil der Online-Verkäufe wurde über die eigenen digitalen -Kanäle der Händler (Websites und OVRs, Social-Media-Kanäle oder per E-Mail) getätigt. Online-Verkäufe an neue Käufer expandierten und machten wertmäßig 38% aller Online-Verkäufe aus, weitere 25% entstanden durch bestehenden Kundenbeziehungen, die 2021 zum ersten Mal online einkaufte.
- **Händler sind optimistisch:** 91% der befragten Händler schätzen, dass ihre Verkäufe in den nächsten 12 Monaten entweder steigen oder stabil bleiben, wobei nur 9% einen Rückgang vorhersagen.

- **HNW Sammler Umfrage, durchgeführt von Arts Economics und UBS Investor Watch:**
  - Global Wealth und Sammler: In der ersten Jahreshälfte 2021 stiegen die medianen Ausgaben der befragten HNW-Sammler für Kunst und Antiquitäten um 42% auf 242.000 US-Dollar an, im Vergleich zu 170.000 US-Dollar im Gesamtjahr 2020. Der Anstieg wurde hauptsächlich von Millennial-Sammlern vorangetrieben, die mit 378.000 US-Dollar die höchsten Ausgaben insgesamt hatten, mehr als das Dreifache der Ausgaben älterer Generationen (Gen X: 118.000 US-Dollar, Boomers: 100.000 US-Dollar) und mehr als das Doppelte ihrer eigenen Generation im Jahr 2019. Millennial HNW-Sammler kauften im Jahr 2021 durchschnittlich 15 Kunstwerke (gegenüber Gen X: 9, Boomers: 2). Frauen gaben mehr aus als Männer, und ihre Ausgaben sind seit 2019 viel schneller gewachsen. In der ersten Hälfte des Jahres 2021 stiegen die Ausgaben von Frauen um etwas mehr als ein Drittel auf 410.000 US-Dollar, mehr als das Doppelte im Vergleich zu Männern, die ab 2020 ein Wachstum von nur 9% auf 163.000 US-Dollar verzeichneten.
  - Digitale Kunst: 16% der Werke der befragten HNW-Sammler waren Digital-, Film- und Videokunst, was die wachsende Bedeutung dieser Medien aufzeigt. Im ersten Halbjahr 2021 entfielen 12% der medianen Ausgaben auf digitale Kunst, während Gemälde, Skulpturen und Arbeiten auf Papier 31% ausmachten. Auf die Frage, welche Art von Kunst sie in den nächsten 12 Monaten kaufen möchten, waren 48% der befragten Sammler daran interessiert, digitale Kunstwerke zu kaufen.
  - Kanäle: Händler und Galerien waren die am häufigsten genutzten Vertriebskanäle, wobei 82% der befragten HNW-Sammler im ersten Halbjahr 2021 über einen Händler gekauft haben. Sie waren auch die bevorzugte Wahl gegenüber Online-Verkaufskanälen.
  - Veranstaltungsbesuche: Die befragten HNW-Sammler planen, im Jahr 2021 insgesamt 40 Veranstaltungen zu besuchen, nur eine weniger als der Durchschnitt vor COVID-19 im Jahre 2019, was ihren großen Enthusiasmus für die zweite Jahreshälfte 2021 widerspiegelt.
  - Nachhaltigkeit: 77% der befragten HNW-Sammler denken über nachhaltige Optionen nach, wenn es um den Kauf von Kunstwerken oder die Verwaltung ihrer Sammlungen geht.

Neben der Zusammenarbeit von UBS und Arts Economics zur HNW-Sammlerbefragung enthält der Report auch Erkenntnisse des UBS Evidence Lab, einem alternativen Datenanbieter von UBS. Diese beinhalten neueste Erkenntnisse über US-Fußgängerstatistik hin zu Galerien und Museen, sowie das Vertrauen von US-Arbeitssuchenden in den Arbeitsmarkt. Zusätzlich enthält der Bericht eine wirtschaftliche Einschätzung von UBS CIO.

**Christl Novakovic, CEO der UBS Europe SE und Head Wealth Management Europe und Chair des UBS Art Board**, sagte: "UBS glaubt an die Kraft der Kunst, Menschen für eine bessere Welt zu verbinden. Aus der Krise wachsen Innovation und die Kraft für Veränderung. Die Auswirkungen der Pandemie bieten uns eine einzigartige Gelegenheit, einen neuen Blick auf die Märkte und die sich entwickelnde Rolle von Galeristen und Händlern zu werfen und einen nachhaltigeren Wiederaufbau zu unterstützen. Unsere Ergebnisse zeigen, dass die digitale Beschleunigung weiter voranschreitet und Entwicklungen und Herausforderungen für traditionelle Marktstrukturen mit sich bringt, zusammen mit neuen Geschäftsmöglichkeiten."

**Clare McAndrew, Gründerin von Arts Economics**, sagte: "Während der Kunsthandel relativ widerstandsfähig war in der Krise, konzentriert sich die Hauptsorge des Händlersektors auf die Arbeitsstellen Situation. Die Umfrage hat eine Reihe an vielversprechenden Anzeichen aufgedeckt, dass man einige der Arbeitsstellenverluste im Jahr 2021 wieder rückgängig machen konnte. Auch gibt es Hinweise auf Veränderungen in der Branche, die sich auch in Zukunft auf die Arbeitspraktiken auswirken werden. Während sich einige Aspekte der Arbeit verändern, bleibt ein hoher Wissensstand und ein geschlechterausgewogener Anstellungsquotient vorherrschend in der Branche. Die Untersuchung zeigte, dass Händler neben der Qualität

der von ihnen angebotenen Werke und Künstler vor allem für ihr Wissen von Sammlern geschätzt werden, sowie für die Ausrichtung auf eine langfristige und vertrauensvolle Beziehung. Da immer mehr Kunst online und außerhalb der traditionellen Galerien verkauft wird, wurde auch ihre entscheidende Rolle bei der Förderung und Betreuung von Künstlern hervorgehoben."

**Marc Spiegler, Global Director, Art Basel**, sagte: "Nach einem der herausforderndsten und transformativsten Jahre für den globalen Kunstmarkt bietet Clare McAndrews Halbjahresumfrage wichtige Einblicke in die anhaltenden Auswirkungen der COVID-19 Pandemie vor allem auf die Händler. Vieles von dem, was wir im Vorjahr über die neuen und angepassten digitalen Strategien gelernt haben, wird auch längerfristig von Relevanz bleiben. Der Bericht zeigt auch, dass das bemerkenswert robuste und anhaltende Interesse am Sammeln ein wichtiger Treiber für die Erholung des Sektors ist, da Sammler weiterhin bestrebt sind, Kunst durch Händler und Galerien persönlich zu kaufen."

Die Ergebnisse dieser Umfrage werden in einem Expertenpanel auf der Art Basel diskutiert, das auch als Webcast live übertragen wird. Bitte konsultieren Sie <http://www.ubs.com/collecting> für Updates.

**UBS auf der Art Basel** Anlässlich der Art Basel präsentiert UBS eine neue Ausstellung und Projekte, die die Kraft der Kunst für positive Veränderungen hervorheben. "Reimagining: A Better World" ist eine Ausstellung mit Werken aus der UBS Art Collection, die sich mit den dringlichsten Fragen der Gegenwart befassen. Die Ausstellung ist kostenlos online über die virtuelle UBS Art Gallery (16. September bis 28. November) verfügbar und wird auch in der UBS Lounge der Art Basel zu sehen sein. Im UBS Art Studio, im öffentlichen Bereich der Art Basel, konzentrieren sich zwei Projekte auf die Rolle, die Kunst spielen kann, um die Welt zu einem besseren Ort zu machen: "Little Sun" ist eine von Olafur Eliasson gegründete Organisation und zeigt ein Projekt der Künstlerkooperation "Ghost of a Dream", um Spenden für Solarlampen in Weltregionen ohne Zugang zu Elektrizität zu sammeln. Bottletop wird ein Projekt rund um Flaggen präsentieren, die von der Künstlerin Morag Myerscough entworfen wurden, und das Bewusstsein für das UN-Ziel 7 für eine nachhaltige Energie Entwicklung schärfen. Jede Flagge ist mit einer Ultra-Violet Photokatalyse behandelt, einem Prozess, der die Luft aktiv reinigt. In der Fondation Beyeler (21. September) wird Olafur Eliasson im Rahmen der Artist Talks Serie von UBS, über seine Praxis mit Hans Ulrich Obrist, Artistic Director, Serpentine Galleries, London, sprechen.

## Hinweise für Redakteure

### Über UBS

UBS bietet weltweit wohlhabenden-, Institutionellen- und Firmenkunden, sowie in der Schweiz Privatkunden, erstklassige Finanzberatungsdienstleistungen und -lösungen. Im Mittelpunkt unserer Strategie stehen das führende Wealth-Management-Geschäft sowie die führende Universalbank in der Schweiz, die durch unsere erstklassige Asset-Management-Einheit und Investment Bank ergänzt werden. Die Strategie von UBS beruht auf den Stärken all ihrer Unternehmensbereiche. Dadurch kann sich UBS auf Sparten konzentrieren, in denen sie sich auszeichnet. Gleichzeitig will UBS von den attraktiven Wachstumsaussichten in den Sparten und Regionen profitieren, in denen sie tätig ist.

UBS ist an allen wichtigen Finanzplätzen der Welt in 50 Ländern mit Niederlassungen vertreten. Rund 30% ihrer Mitarbeiter sind in Amerika, 30% in der Schweiz, 19% im Rest Europas, dem Nahen Osten und Afrika und weitere 21% im asiatisch-pazifischen Raum tätig. Die UBS Group AG beschäftigt weltweit über 72 000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Die Aktien der UBS Group AG sind an der SIX Swiss Exchange sowie an der Börse in New York (NYSE) kotiert.

### **Über Arts Economics und Clare McAndrew**

Arts Economics ist ein Forschungs- und Beratungsunternehmen, das sich ausschliesslich auf die Forschung und Analyse der bildenden und dekorativen Kunst für private und institutionelle Kunden konzentriert. Das Unternehmen wurde 2005 von Clare McAndrew gegründet. Frau Dr. McAndrew ist eine Kulturökonomin, die auf Kunst, Antiquitäten und Sammlerstücke spezialisiert ist. Sie promovierte 2001 in Wirtschaftswissenschaften am Trinity College Dublin, wo sie für vier Jahre Vorlesungen zu diesem Fachgebiet hielt und unterrichtete. Im Jahr 2002 stiess Clare McAndrew als Chefökonomin zur US-Firma Kusin & Company, einer Investmentbanking-Boutique, die auf Kunstinvestitionen fokussiert ist. Nach einem dreijährigen Aufenthalt in den USA kehrte sie 2005 nach Europa zurück und setzte ihre Tätigkeit auf dem Kunstmarkt im Rahmen einer privaten Forschungs- und Beratungsfunktion für globale Kunden fort. Clare McAndrew gründete Arts Economics 2005 mit dem Ziel, sich der Kunstmarktforschung und -analyse zu widmen. Sie arbeitet mit privaten Beratern und Wissenschaftlern aus verschiedenen Regionen der ganzen Welt zusammen und stellt dem globalen Kunsthandel und Finanzsektor Forschungs- und Beratungsdienstleistungen bereit.

### **Über die Art Basel**

Die 1970 von Galeristen aus Basel gegründete Art Basel veranstaltet heute die weltweit führenden Kunstmesse für moderne und zeitgenössische Kunst in Basel, Miami Beach und Hongkong. Jede Messe wird von der Gastgeberstadt und Region geprägt und ist einzigartig in Bezug auf die teilnehmenden Galerien, die ausgestellte Kunst und dem Inhalt der begleitenden Veranstaltungen, die in Zusammenarbeit mit lokalen Institutionen für jede Ausgabe produziert werden. Das Engagement der Art Basel hat sich um neue digitale Plattformen und durch eine Reihe neuer Initiativen wie den Art Basel und UBS Global Art Market Report und The BMW Art Journey über Kunstmessen hinaus erweitert. Art Basel's globaler Medienpartner ist The Financial Times. Weitere Informationen finden Sie unter [artbasel.com](http://artbasel.com).

### **UBS und Art Basel**

Die Beziehung zwischen UBS und Art Basel begann 1994, als der Schweizer Finanzdienstleister als Lead Partner für die Austragung der Messe in Basel fungierte. Im Jahr 1999 wurde die Partnerschaft auf die Unlimited-Ausstellungsplattform der Art Basel ausgedehnt, die es Künstlern ermöglicht, sehr originelle und einzigartige Projekte zu verwirklichen. 2002 wurde das Engagement um die erstmalige Austragung der Art Basel in Miami Beach ergänzt. Im Jahr 2014 beteiligte sich UBS an der Art Basel in Hongkong und wurde so offizieller globaler Lead Partner der Art Basel für alle drei renommierten Standorte. Im Juni 2016 haben Art Basel und UBS verkündet, dass sie gemeinsam jährlich einen umfassenden neuen Kunstmarktbericht der bekannten Kulturökonomin Dr. Clare McAndrew in Auftrag geben werden.

### **Über UBS und Zeitgenössische Kunst**

UBS hat eine lange Geschichte der Unterstützung zeitgenössischer Kunst und Künstler. Das Unternehmen verfügt über eine der weltweit wichtigsten Corporate Art Collections und nimmt am internationalen Diskurs rund um den Kunstmarkt Teil durch seine globale Lead-Partnerschaft mit der Art Basel und als Mitherausgeber des "Art Basel und UBS Global Art Market Report". UBS unterhält auch Partnerschaften mit Museen wie der Fondation Beyeler in der Schweiz, dem Garage Museum für zeitgenössische Kunst in Russland und der Kunstgalerie von New South Wales in Australien. UBS gewährt ihren Kunden mittels des UBS Collectors Circle und UBS Art Advisory Einblicke in den Kunstmarkt, das Sammeln und Vererben von Kunst.

Weitere Informationen über das Engagement der UBS für zeitgenössische Kunst finden Sie unter [ubs.com/art](http://ubs.com/art).

#UBSart #ArtMarketReport

Twitter: [@UBSglobalart](https://twitter.com/UBSglobalart)

Instagram: [@ubsglobalart](https://www.instagram.com/ubsglobalart)

Facebook: [facebook.com/UBSart](https://www.facebook.com/UBSart)

## **UBS Group AG**

### **Kontakt für Medienvertreter**

UBS Group AG, Michelle Uribe

Tel. +852 3712 4539, [michelle.uribe@ubs.com](mailto:michelle.uribe@ubs.com)

PR-Verantwortliche

Sutton, Sara Kietzmann

Tel. +44 7715 666 052, [sara@suttoncomms.com](mailto:sara@suttoncomms.com)

Art Basel, Sarah Norton

Tel. +41 58 206 27 64, [sarah.norton@artbasel.com](mailto:sarah.norton@artbasel.com)

[www.ubs.com/media](http://www.ubs.com/media)