

Bilder verschenken: Eine Marketingstrategie für Künstler?



Prof. Dr. Ulrich Seibert

02.08.2026 13:30

Lesezeit: 2 min

Wursttheke

In einer Anwendung der Freude über meinen Besuch ihrer Ausstellungseröffnung kommt die Künstlerin mit einem kleinen Bildchen auf mich zu und will es mir schenken. Ich möchte das verhindern. Aber wie sagt man es ihr, ohne ihre Gefühle zu verletzen, denn Geschenke zurückzuweisen, gilt als grob herzlos.

Und es ist ja verständlich, sie hofft, dass das eine sinnvolle Marketingmassnahme ist. Das ist ja wie an der Wursttheke im Supermarkt, wo man früher eine kleine Scheibe Wurst für den Sprössling bekam oder noch treffender: Es ist wie bei Streaming Diensten, die als Teaser eine Episode der ersten Season umsonst zeigen – in der Hoffnung, dass man dann auf den Geschmack kommt und mehr haben will.

Kunst, Blumen, Champagner

Bei Kunst gibt es da doch gewisse Bedenken.

Zum einen ist das eine aufgedrängte Bereicherung, in dem Wunsch, in der Sammlung vertreten zu sein und dadurch an Renommee zu gewinnen. Eine Zwangsbeglückung, die mit der Erwartung verbunden ist, dass man das Bild aufhängen wird und andere es sehen werden. Beim nächsten Besuch werden mit angstvollen Augen alle Räume abgetastet, wo denn das Bild nun hängen mag. Und ich kann ja nicht jedes Mal so geistesgegenwärtig sein, es dann aus dem Keller zu holen und extra auszustellen.

Außerdem ist es auch ein bisschen eine Zumutung, denn Kunst hat doch häufig etwas mit eigenem Geschmack des Sammlers zu tun und wer weiß, ob mir das Geschenk gefällt? Dass mir die Künstlerin gefällt, reicht nicht und heißt nicht, dass ihre Werke bei mir reinpassen. Bei Blumen als Geschenk ist man sicher, selbst wenn sie stinken, sie sind nach einer Woche verwelkt und können weg. Schnittblumen wohl gemerkt. Wein kann man gut weiterverschenken, besonders Champagner. Champagner ist sowieso eher eine liquide Währung als ein abgefülltes Getränk, und geschenkte Bücher liest man ja sowieso nie – aber sie nehmen auch nicht viel Platz weg.

Aber Kunst? Und dann hat der Künstler oder die Künstlerin diese Teaser-Hoffnung, dass mir das so gefällt, dass ich weitere Kunstwerke von ihm oder ihr kaufe. Aber das ist doch ganz unsicher. Die Künstler schenken ja meistens nicht ihre Top-Werke, sondern kleine Abfallprodukte, die dann auch häufig entsprechend aussehen. Ob man anhand dieser dann „auf den Geschmack kommt“, ist fraglich. Zudem entwertet der Künstler seine Kunst durch das Verschenken, sie verliert dadurch ihren gefühlten Marktwert.

Aber schroff ablehnen, möchte man eben auch nicht.

Herzenstakt

Und so empfehle ich folgende diplomatische Erklärung, wenn mit offenem Lächeln und pochendem Herzen eine Künstlerin (oder ein Künstler) mit einem kleinen Bildchen im Arm auf dich zukommt:

„Ich würde herzlichst davon abraten, mir ein Bild zu schenken.“

„Warum denn das?“

„Weil ich von jedem Künstler grundsätzlich nur ein Bild habe und wenn du mir eins schenkst, haben wir beide die Chance vergeben, dass ich dir irgendwann einmal eins abkaufen werde.“

Einleuchtend?

Info zur Person: Ulrich Seibert ist Kunstsammler (www.Seibert-Collection.Art), Facebook-Philosoph, Wirtschaftsrechtsprofessor, Investor, Schauspieler in Low-Budget-Filmen, Freund des angeregten Smalltalks und, wie er betont, ein sehr seriöser Mann.