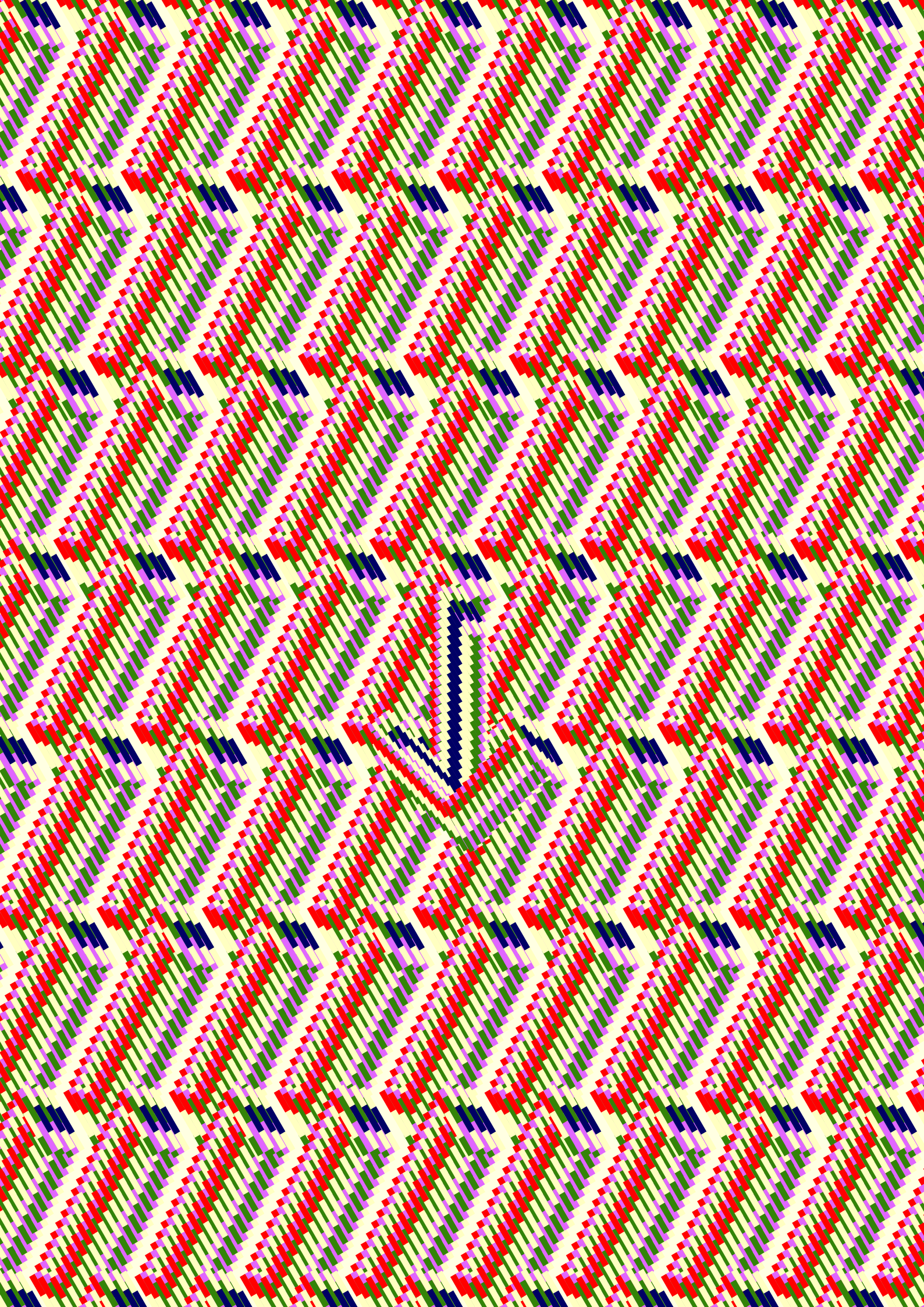
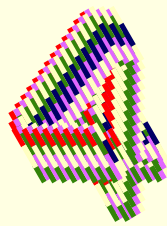


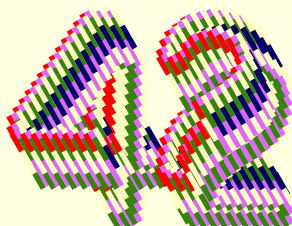




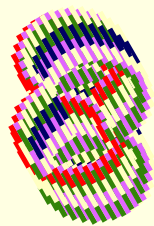
INHOUDSOPGAVE



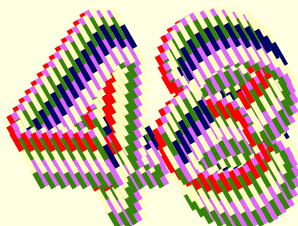
Inleiding



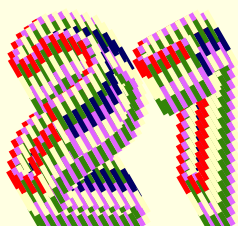
Het waakvlammetje van
de kunstliefde opstoken



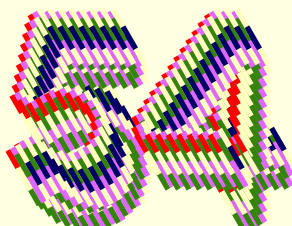
Galleries



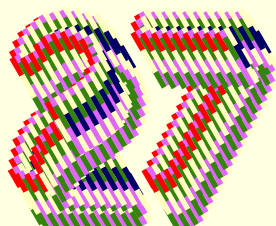
Nieuwe deuren
openen zich



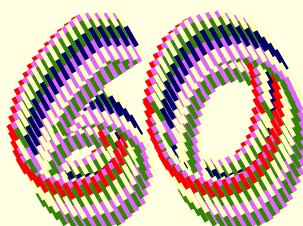
Kunst op zoek naar
een tweede leven



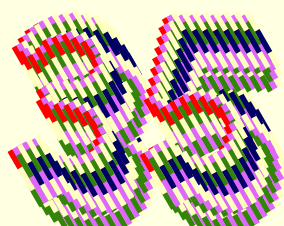
Samenvatting



Kopers



English summary

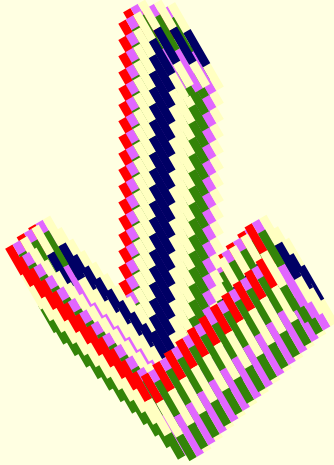


Passie zonder
reserves



Colofon

INLEIDING



Honderden tentoonstellingen op het scherpst van de snede, die je zo kunt bezoeken, zonder entreegeld of museumjaarkaart. Zo beschreef Jan Pieter Ekker, chef kunst van Het Parool, ooit het galerie-aanbod in Amsterdam. Wat voor de hoofdstad geldt, gaat op voor het hele land. Nederland heeft een bijzonder fijnmazig galerielandschap. Vrijwel geen enkele kunstliefhebber hoeft langer dan een halfuur te reizen om de honger naar visuele inspiratie te stillen. Als scouts van aanstormend talent en promotors van nieuw - nog ongekend en soms nog onbegrepen - werk fungeren galleries bovendien als humuslaag van de kunstwereld.

Lange tijd werd de galeriewereld gezien als een black box, een sector waar 'normale' economische principes van vraag en aanbod niet gelden maar werken worden 'gegund' en 'geplaatst'. Over de inspanningen van galeristen om kunst aan de man of vrouw te brengen bestond veel onwetendheid – zelfs onder de kunstenaars die zij vertegenwoordigen. Gebrek aan transparantie bood brandstof aan wilde speculatie en mystificatie.

Om die reden is de Nederlandse Galerie Associatie (NGA) in 2007 begonnen met het doen van metingen. Vervolgonderzoeken, die iedere vier jaar plaatsvinden, maken het mogelijk de ontwikkelingen ten opzichte van de nulmeting bij te houden. Zo kunnen vermoede trends worden onderbouwd met hard cijfermateriaal. Behalve galleries worden ook kopers ondervraagd, waardoor een completer beeld ontstaat van de kunstmarkt.

Naast kwantitatief onderzoek worden er ook interviews afgenomen om specifieke onderwerpen verder uit te diepen. Voor deze rapportage zijn niet alleen galeriehouders en beursorganisatoren ondervraagd maar voor het eerst ook kunstenaars. Zij zijn immers de motor van de sector die niet zou bestaan zonder hen.

Deze rapportage beoogt een beeld te schetsen van de Nederlandse kunstmarkt anno 2025. En geeft antwoord op de volgende vragen:

- Wat zijn de ontwikkelingen in de galeriesector op het gebied van bezoekersaantallen, het aantal exposities en beursdeelnames?
- Is er in het licht van het aanstaande pensioen van een aanzienlijke groep galerie veteranen voldoende aanwas van nieuwe galeriehouders?
- Welke – eventueel nieuwe - strategieën hanteren jonge galeriehouders om publiek en kopers te bereiken?
- Hoe heeft de omzet in de galeriesector zich ontwikkeld in de periode 2020-2024?
- In hoeverre begeven galleries zich op de secundaire markt en welke factoren zijn daarbij van invloed?
- Wat is de impact van anti-witwas-wetgeving en de onzekerheid rondom BTW?
- Welke maatregelen nemen galleries als reactie op inflatie en economische instabiliteit?
- In hoeverre heeft de coronatijd blijvend effect gehad op de digitalisering van kunstverkoop?
- In hoeverre is het belang van kunstbeurzen toegenomen als het gaat om verkoop en zichtbaarheid?
- Welke activiteiten ondernemen kunstbeurzen om nieuw – vooral jong – publiek te trekken?
- Zien Nederlandse kunstbeurzen nog ruimte voor groei?
- Wat is de impact van het stoppen van de Kunstkoop-regeling?
- Welk bedrag spenderen kunstkopers per jaar aan beeldende kunst? En hoe vergelijkt dat met de voorgaande periode?
- Hoe belangrijk is verkoop via de galerie voor het inkomen van kunstenaars?
- Wat verwachten kunstenaars van hun galerie – naast verkoop van werk?
- Welke initiatieven ontplooiën kunstenaars zelf op het gebied van verkoop?

VOORGESCHIEDENIS

In 2007 werd voor het eerst onderzoek gedaan naar de Nederlandse galeriesector. Deze nulmeting werd uitgedaan door onderzoeksbureau Panteia, dat tot 2015 nog twee keer een soortgelijk onderzoek uitvoerde. Vanwege versnelde veranderingen in de sector besloot de NGA in 2017 tot het vervroegen van een volgend onderzoek, dat werd uitgevoerd door APE en aemuse. Een vijfde onderzoek volgde in 2021 en werd uitgevoerd door de NGA zelf, net als het huidige onderzoek. De resultaten zijn geanalyseerd en uitgewerkt door Edo Dijksterhuis, onafhankelijk journalist.

De benodigde gegevens zijn verzameld via enquêtes. Het voordeel van deze methode is dat respondenten de vragenlijst kunnen invullen op een tijdstip dat hen het beste uitkomt. Nadeel is de grotere vrijblijvendheid, waardoor het aantal respondenten lager uitkomt dan het geval zou zijn bij een telefonische benadering.

GALERIES IN BEELD

De galerie-enquête is gemaild naar alle galeries die in het kader van eerder onderzoek ook zijn aangeschreven. Die zorgvuldig samengestelde en gecontroleerde lijst is bijgehouden en aangevuld met de namen van nieuwkomers. Uittreders zijn uit het bestand verwijderd. Het gaat om 456 galeries in totaal.

Van deze 456 aangeschreven galeries hebben 74 de enquête volledig ingevuld – een responspercentage van 16%. Dat ligt lager dan het responspercentage van 2017 (23%) en 2021 (20%). Van de respondenten is 50% lid van de NGA. Daarmee zijn de NGA-leden duidelijk oververtegenwoordigd in het onderzoek. Dit levert een mogelijke vertekening ten opzichte van de populatie.

De regionale verdeling van de responsgroep wijkt hier en daar af van de populatie maar de verschillen zijn beperkt. Amsterdam en Utrecht zijn licht oververtegenwoordigd en Rotterdam en de rest van Nederland licht ondervertegenwoordigd. Dit levert geen merkbare vertekening op. De in 2025 verzamelde gegevens worden vergeleken met die uit 2017 en 2021. De samenstelling van die eerdere enquêtes verschilt van de huidige. Zo deden er in 2021 32% en in 2017 30% NGA-leden mee. In hoeverre dergelijke verschillen de vergelijking bemoeilijkt, is niet na te gaan.

Sommige gegevens betreffen het jaar van enquêtering (2025), andere een eerder jaar. Bijvoorbeeld de vraag over de reden voor deelname aan kunstbeurzen betreft het moment van enquêtering (2025, 2021, 2017). Daarnaast is gevraagd hoe vaak en aan welke beurzen men in het voorgaande jaar heeft deelgenomen (2024, 2020, 2016). In de enquête van 2021 zijn bovendien gegevens over 2019 (pre-corona) vermeld. Omdat er in 2021 en 2020 lockdowns waren en (fysieke) kunstbeurzen minder plaatsvonden, is ook gevraagd naar de situatie in 2019, zodat de gegevens uit 2017 en die uit 2025 vergeleken konden worden met een jaar waarin de kunstmarkt niet belast werd met de maatregelen rondom de pandemie.

ZICHT OP KOPERS

De online enquête over koopgedrag werd in 2025 door 152 kunstkopers (geheel of gedeeltelijk) ingevuld. Met kunstkopers worden hier degenen bedoeld die in de afgelopen vier jaar minstens één kunstwerk kochten. De resultaten voor 2025 worden, waar mogelijk, vergeleken met die uit 2021. In 2017 is een kunstkopersenquête gedaan door Motivaction. Over die dataset beschikken wij niet.

De responsgroep uit 2025 wordt vergeleken met die uit 2021 en waar mogelijk met landelijke cijfers.

OPZET VAN DE RAPPORTAGE

De enquêteresultaten met betrekking tot galeries en kunstkopers worden gepresenteerd in aparte hoofdstukken. Waar mogelijk en zinvol worden de resultaten vergeleken met de uitkomsten van de onderzoeken uit 2021 en 2017. In het hoofdstuk gewijd aan galeries wordt ook aandacht besteed aan de Gallery Fair Practice Code en de Kunstkoop-regeling.

De hoofdstukken gewijd aan de kwantitatieve onderzoeksgegevens zijn aangevuld met hoofdstukken gebaseerd op interviews. Die zijn afgenomen met negen galeriehouders, zes kunstbeursdirecteuren en tien kunstenaars¹. Deze gesprekken zijn verwerkt in vier hoofdstukken.

In hoofdstuk 2 wordt ingegaan op de recente groei van secundaire marktactiviteiten onder galeriehouders. Hoofdstuk 4 biedt een dwarsdoorsnede van het Nederlandse kunstenaarsbestand, met de ervaringen en meningen van kunstenaars verspreid over het land, van verschillende generaties en met diverse opleidingsachtergronden. In hoofdstuk 5 buigen kunstbeursdirecteuren zich over de ontwikkelingen in de markt en het effect daarvan op de relatie tussen beurzen en galeries. Hoofdstuk 6, tenslotte, biedt een blik op de toekomst door de ogen van een nieuwe generatie galeriehouders.

¹ Van die tien kunstenaars haakte er één na het afnemen van interviews om persoonlijke redenen af.

GALLERY

20

GALERIES

De galerie zou zijn beste tijd gehad hebben. Het model dat Leo Castelli in de jaren '50 van de vorige eeuw ontwikkelde in New York en wereldwijd navolging kreeg, zou niet meer volstaan in een steeds meer gedigitaliseerde en geglobaliseerde wereld. En daar is iets voor te zeggen. Het 'rondje galleries op zaterdagmiddag' dat vroeger vaste prik was onder kunstliefhebbers heeft zijn vanzelfsprekendheid verloren. Kosten voor huur, personeel en transport maken het steeds ingewikkelder om de toch al smalle winstmarges te behouden. En de klassieke verzamelaar die zijn leven lang trouw het programma volgde van één of enkele galleries, lijkt uit te sterven.

Toch is de werkelijkheid minder dramatisch dan sommige zwartkijkers beweren. Een groot contingent galleries bestaat al meer dan een kwart eeuw en er is nog steeds aanwas van jonge, nieuwe galeristen. Die verzinnen soms innovatieve manieren om publiek te trekken, maar ze opereren ruwweg hetzelfde als Castelli acht decennia geleden.

De verwachting was dat de coronaperiode de galleriesector blijvend zou veranderen, vooral op het gebied van digitalisering. Maar dat is niet gebeurd. Kunst verkopen blijft een voornamelijk fysieke aangelegenheid, die wel in toenemende plaatsvindt op beurzen. Ondanks de opeenvolging van crises die zorgen voor onzekerheid, stijgende prijzen en voorzichtige kopers is het vertrouwen in de kunstmarkt groot genoeg om op dezelfde voet door te gaan.

KLASSIEKE GALERIE NOG STEEDS DOMINANT

Van de galleries is 89% aan te merken als klassiek. Dat is een fractie minder dan in 2021 toen het percentage op 91% lag. Het aandeel pop-up galleries is gestegen van 1% naar 2%. Ook het aantal galleries dat zich alleen online en/of op beurzen manifesteert, is licht gestegen, van 8% naar 9%. Een klassieke galerie is een onderneming met een fysieke locatie, die op vaste tijden open is voor publiek.

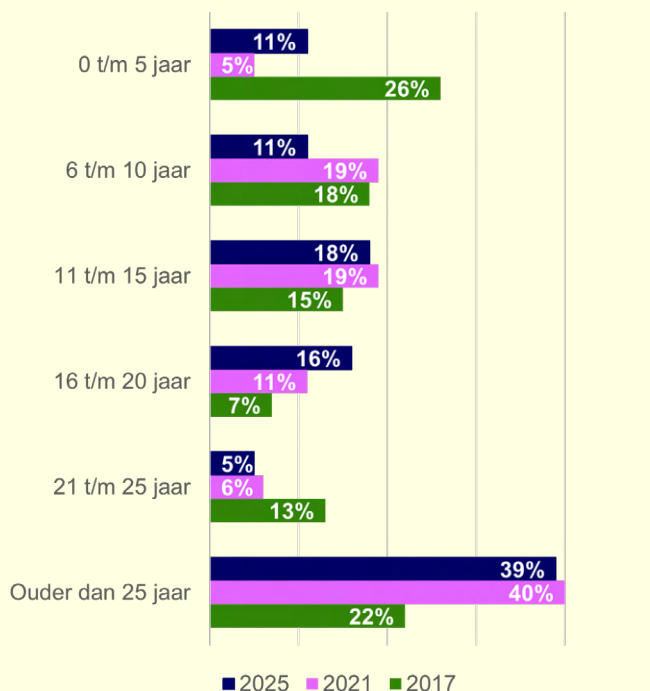
AANWAS EN VERGRIJZING

Tussen 2020 en 2025 zijn meer nieuwe galleries geopend dan in de periode 2016-2021. In 2025 was 11% van de galleries vijf jaar of jonger tegenover 5% in 2021. Dat percentage valt overigens in het niet bij 2017 toen maar liefst 26% van de galleries tot de starters behoorde. Tegenover het bescheiden golfje nieuwkomers staat een stabiele groep veteranen die al een kwart eeuw of langer meedraaien. Net als in 2021 gold in 2025 dat 1 op de 4 galleries ouder dan 25 jaar is. Aangezien deze categorie in 2017 nog 22% uitmaakte van het totaal aanbod, kan worden geconcludeerd dat de sector aan het vergrijzen is. Het is te verwachten dat in de komende vijf jaar een groot aantal galleries er vanwege de leeftijd van de eigenaren mee zal ophouden of wordt overgenomen.

1.1 Leeftijd galerie

¹ IFSE (2025)
Galerienstudie

² IFSE (2025)
Galerienstudie

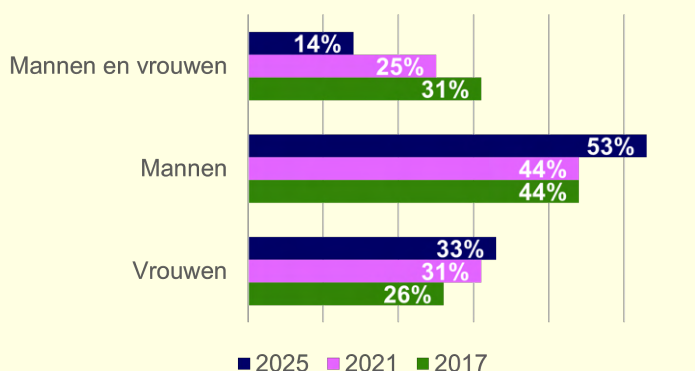


Het patroon van vergrijzing is overigens niet uniek voor Nederland. Terwijl in Nederland de gemiddelde leeftijd van galleries 23 jaar is, ligt in Duitsland de gemiddelde leeftijd van galleries op 27 jaar. De aanwas van nieuwe galleries is daar een stuk geringer. Ondernemingen jonger dan 6 jaar vormen daar slechts 6% van het totaal. Van de Duitse galleries wil 29% binnen 5 jaar de zaak overdragen aan een volgende generatie, 10% wil dat binnen 10 jaar. Opvolgers zijn echter moeilijk te vinden¹.

GENDERBALANS

Het aandeel vrouwelijke galeriehouders neemt langzaam maar gestaag toe. Stond in 2017 nog iets meer dan een kwart van de galleries onder leiding van een vrouw, in 2025 was dat een derde. De helft van de galleries wordt gerund door een man. Gedeeld eigenaarschap van mannen en vrouwen komt steeds minder voor. In 2017 werd nog 31% van de galleries geleid door een 'gemengd team', in 2025 is dat aandeel gedaald tot 14%. Ook in Duitsland tekent de feminisering van de sector zich af. Daar is 39% van de galeriehouders vrouw².

1.2 Man-vrouw verdeling onder galeriehouders



HUISVESTING, OPENSTELLING EN PERSONEEL

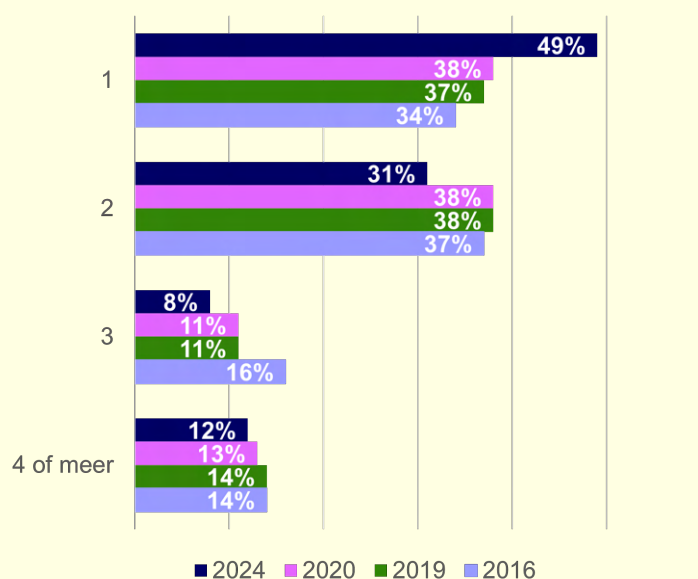
Galeries zijn doorgaans grote ruimtes. Bijna driekwart beschikt over 100 m² of meer. Het merendeel heeft een afmeting tussen 100 en 250 m². Een minderheid van 17% is 250 m² of groter. Het aantal grote galeries is afgenomen – vermoedelijk vanwege toegenomen huur- en stookkosten – en het aandeel kleine ruimtes is toegenomen. Het gemiddelde oppervlak is 152 m².

Galeries zijn een beperkt aantal dagen per week open, meestal woensdag tot en met zaterdag, met zondagopeningen voor speciale gelegenheden. Een kleine minderheid van 9% heeft openingstijden die de 40 uur overschrijden. Een even zo groot deel is niet meer dan 10 uur per week open.

Hoewel het aandeel passanten en ‘toevallige binnenlopers’ al jaren afneemt, houden galeries vast aan hun openingstijden. Het gemiddelde lag in 2025 op 26 uur per week en dat is exact hetzelfde als in 2017. Wel is het aantal galeries met zeer beperkte openingstijden toegenomen: van 5% naar 9%. Slechts 28% is meer dan 30 uur per week geopend.

De werkgelegenheid in de galeriesector is tussen 2019 en 2024 afgenomen. Het totale aantal mensen werkzaam bij galeries daalde met 19% en het aantal fulltime banen ging zelfs met 30% omlaag. In een Nederlandse galerie werkten in 2024 gemiddeld 1,9 personen, die goed zijn voor gemiddeld 1,2 fte. Ook al is het aantal galeries ongeveer gelijk gebleven, het arbeidsvolume is afgenomen. Er wordt bezuinigd op personeel – waarschijnlijk ook vanwege de gestegen loonkosten – en het aantal eenmansbedrijven is toegenomen van 34% in 2016 tot 49% in 2024.

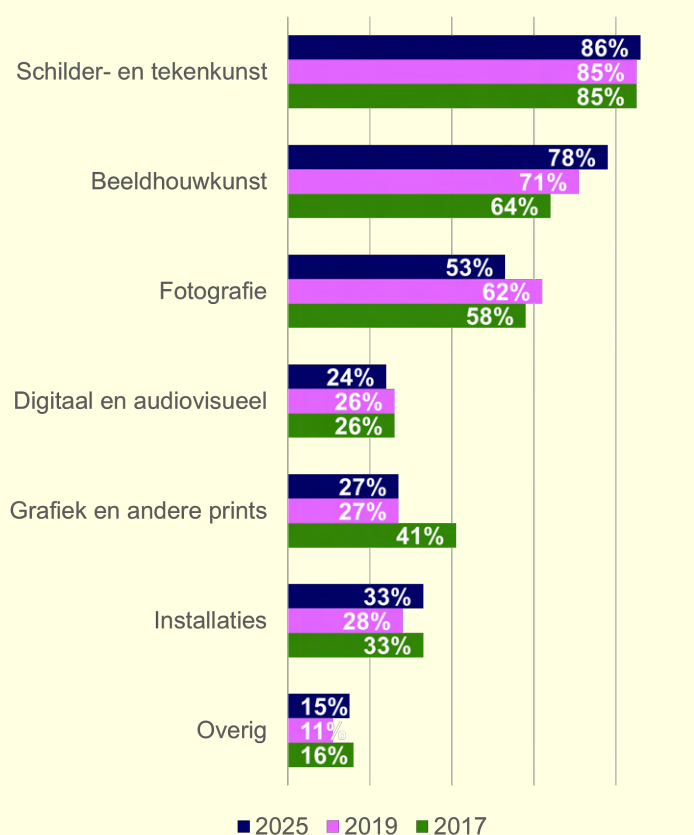
1.3 Aantal werkenden



Gemiddeld organiseren galleries zes exposities per jaar. Ook in 2019, het laatste jaar voor het uitbreken van de coronapandemie, lag het aantal presentaties op dat niveau. In 2020 was het gemiddelde aantal, ondanks de lockdowns, toch nog 4,6.

Schilder- en tekenkunst zijn nog steeds de populairste media. Het overgrote deel van de galleries (86%) brengt dat type werk. Beeldhouwkunst zit in de lift. In 2017 had 64% van de galleries sculpturen opgenomen in het programma. Acht jaar later is dat aandeel gestegen tot 78%. De vertegenwoordiging van fotografie, digitaal en audiovisueel werk, installaties en grafiek is min of meer gelijk gebleven. Tot de categorie overig behoren keramiek, glas- en textielkunst en sieraden.

1.4 Voornaamste type kunst



Galleries werken met gemiddeld achttien kunstenaars. Mannen zijn met 55% nog steeds in de meerderheid, maar vrouwen zijn in opmars. 1% van de vertegenwoordigde kunstenaars identificeert zich als non-binair.

Het steeds gelijkere worden van de genderbalans onder vertegenwoordigde kunstenaars is een internationaal fenomeen. Volgens het Art Market Report 2026 is gemiddeld 45% van de gerepresenteerde kunstenaars van internationale galleries vrouw en is dat aandeel in één jaar toegenomen met 4%-punt. In galleries die voornamelijk in de primaire markt actief zijn, is de genderverhouding nagenoeg 50/50.³

Nederlandse galleries kijken in toenemende mate over de grens. De internationalisering komt tot uitdrukking in het stijgende aantal buitenlandse kunstenaars dat wordt gerepresenteerd. Steeds minder

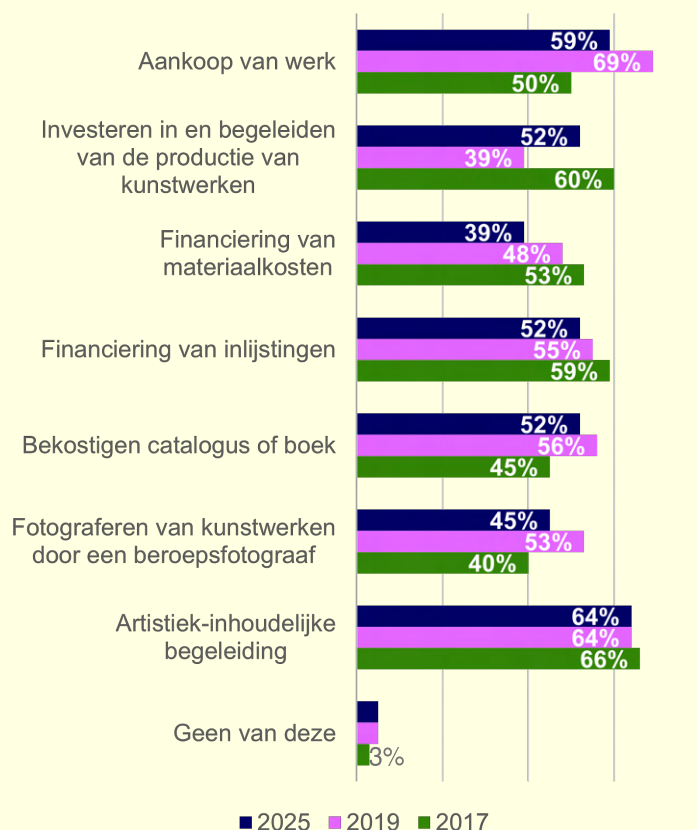
galeries richten zich exclusief op kunstenaars die in Nederland zijn gevestigd. Hun aandeel kromp van 13% in 2017 tot 5% in 2025. Galeriest die werken met zowel in Nederland als in het buitenland gevestigde kunstenaars gingen van 85% in 2017 naar 93% in 2025.

Voor de werving van nieuwe – ook internationale - kunstenaars hoeven galeriehouders niet naar het buitenland. De meeste aanwas komt via het eigen netwerk. Bijna driekwart van de galeriest (74%) werkt, incidenteel of vast, samen met andere galeriest. Als wervingskanaal wordt steeds minder gekeken naar internationale manifestaties als de Biënnale van Venetië, Documenta, Skulptur Münster en Manifesta.

INVESTERING IN DE 'STAL'

In de meeste gevallen ontvangen kunstenaars 50% van de opbrengst. Voor hun helft van de opbrengst levert twee derde van de galeriest artistiek-inhoudelijke begeleiding. Verder bestaat de steun aan kunstenaars vooral uit het betalen van materiaalkosten, inlijstingen, fotografische reproductie van het werk en de productie van catalogi of andere publicaties. Die vormen van directe financiering zijn bijna allemaal afgenomen in de afgelopen acht jaar. Verminderde financiële ruimte door gestegen kosten (energie, huur, materiaal en personeel) is waarschijnlijk de reden.

1.5 Investering van galeriest in kunstenaars

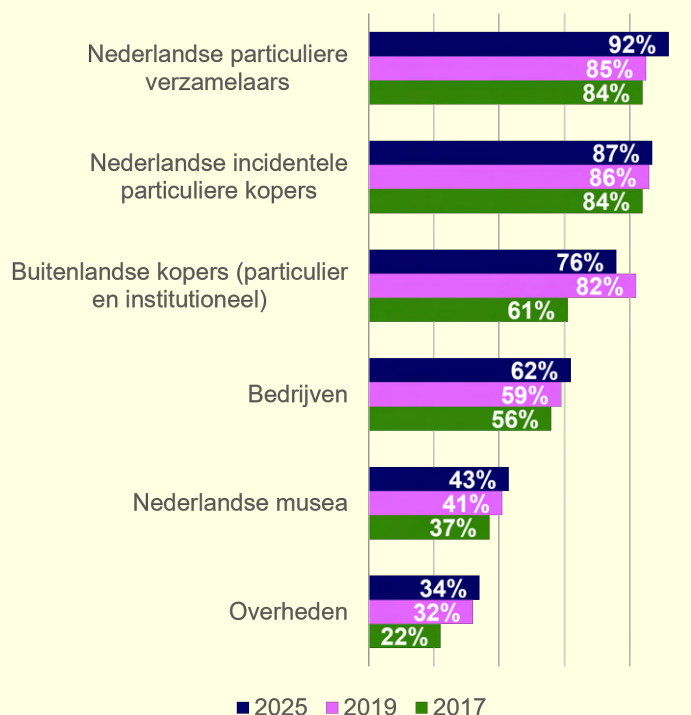


BEZOEK TERUG OP PRE-CORONANIVEAU

In 2024 was het gemiddelde aantal bezoekers in de galerie 98 per maand. Dit vergelijkbaar met het pre-coronajaar 2019. Door de lockdowns was het gemiddelde in 2020 niet meer dan 72, met een veel groter aandeel van galeries met 25 bezoekers of minder per maand.

De Nederlandse particuliere koper is altijd al de belangrijkste klant van Nederlandse galeries geweest en dat is de afgelopen jaren alleen nog maar meer zo geworden. Negen van de tien verkopen zijn aan verzamelaars of incidentele kopers van eigen bodem. Bijna twee derde van de galeries verkoopt aan bedrijfscollecties en 43% mag musea tot de klantenkring rekenen.

1.6 Koperskring



Het contact met klanten verloopt in toenemende mate digitaal, een trend die door de coronaperiode is versneld. Vrijwel alle galeries communiceren via hun website, social media en email. Fysieke uitnodigingen per post worden nog door 43% verstuurd maar dat aandeel is gedaald van 63% in 2017. Ook brochures worden steeds minder ingezet. De gestegen kosten van drukwerk en postzegels zullen hierbij een rol spelen. Het belang van galerieroutes en verzamelaarsnetwerken als The Art Connector, Collectors Circle en Young Stedelijk neemt gestaag toe.

De digitalisering komt ook tot uiting in de toegenomen mogelijkheden om online werk aan te schaffen. In 2025 biedt 12% van de galeries de mogelijkheid om op de website met een winkelmandje kunst aan te schaffen. Klanten zijn steeds meer gewend geraakt aan deze manier van kunst kijken en kopen. Bijna de helft van de galeries (45%) wordt via de website benaderd met vragen over beschikbaarheid en prijzen van werk. Kunstplatforms spelen een steeds belangrijkere rol in het onderhouden van contact met klanten. Bijna de helft van de galeries (44%) gebruikt deze kanalen. Van deze galeries is 65% aangesloten bij Gallery Viewer en 38% (ook) bij Artsy. Enkele maken (ook) gebruik van Gallerease.

BELANG BEURZEN NEEMT TOE

Kunstbeurzen zijn steeds belangrijker voor galeries om contacten te onderhouden met klanten, nieuwe klanten te werven en verkopen te realiseren. Dat geldt niet alleen voor Nederlandse galeries maar wereldwijd. Volgens het Art Market Report 2026 is 29% van de galeries minder beurzen gaan doen in 2025, 40% deed evenveel als voorheen en 31% heeft de beursdeelname opgeschroefd.⁴

In datzelfde rapport wordt ook geconstateerd dat deelname aan kunstbeurzen in toenemende mate regionaal is.⁵ Die trend is ook zichtbaar onder Nederlandse galeries. Deelname aan nationale beurzen ging tussen 2016 en 2024 omhoog van gemiddeld 1,8 naar 2,2. Meer dan de helft van de galeries staat op twee tot en met vier beurzen. 10% is zelfs present op vijf of meer evenementen. En minder dan een vijfde doet aan geen enkele beurs mee.

Binnen Nederland geldt Art Rotterdam als de grootste en belangrijkste beurs voor hedendaagse kunst. In 2024 had deze beurs ook het grootste contingent Nederlandse exposanten. Buiten de vijf grootste beurzen hebben galeries nog de keuze uit een breed palet aan alternatieven zoals Big Art, Affordable Art Fair, Art on Paper, Art Noord en NAP+. Die trekken gezamenlijk meer deelnemers dan Art Rotterdam.

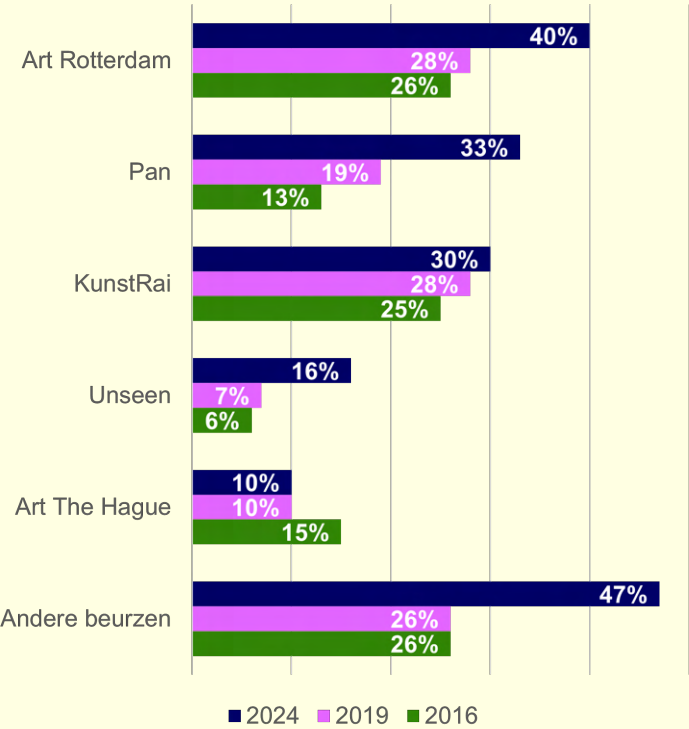
Met uitzondering van Art The Hague nam de deelname aan alle beurzen toe. Ook in de waardering door galeries is eenzelfde patroon te zien. Art The Hague, dat voorheen van alle beurzen het hoogste scoorde, zakt van een rapportcijfer van 8,4 in 2024 naar een 8,1 in 2025. De waardering voor Art Rotterdam steeg van een 5,5 in 2022 naar een 7,7 in 2025, het eerste jaar dat de beurs werd gehouden op de nieuwe locatie, Ahoy.⁶

⁴ Art Basel UBS (2026)
Art Market Report 2026

⁵ Art Basel UBS (2026)
Art Market Report 2026

⁶ Deze waarderingscijfers zijn afkomstig uit de Klanttevredenheids-enquêtes die de NGA sinds 2022 doet onder leden die deelnemen aan een kunstbeurs.

1.7 Deelname aan Nederlandse beurzen



Galeries zijn in toenemende mate van beurzen afhankelijk voor verkoop. Bijna alle galleries (95%) noemen het werven van nieuwe klanten dan ook als belangrijkste reden om deel te nemen. Verkoop (89%) staat tweede op het motivatielijstje. Zichtbaarheid en het officiële kwaliteitsstempel dat beursdeelname (73%) met zich meebrengt maakt de top 3 compleet.

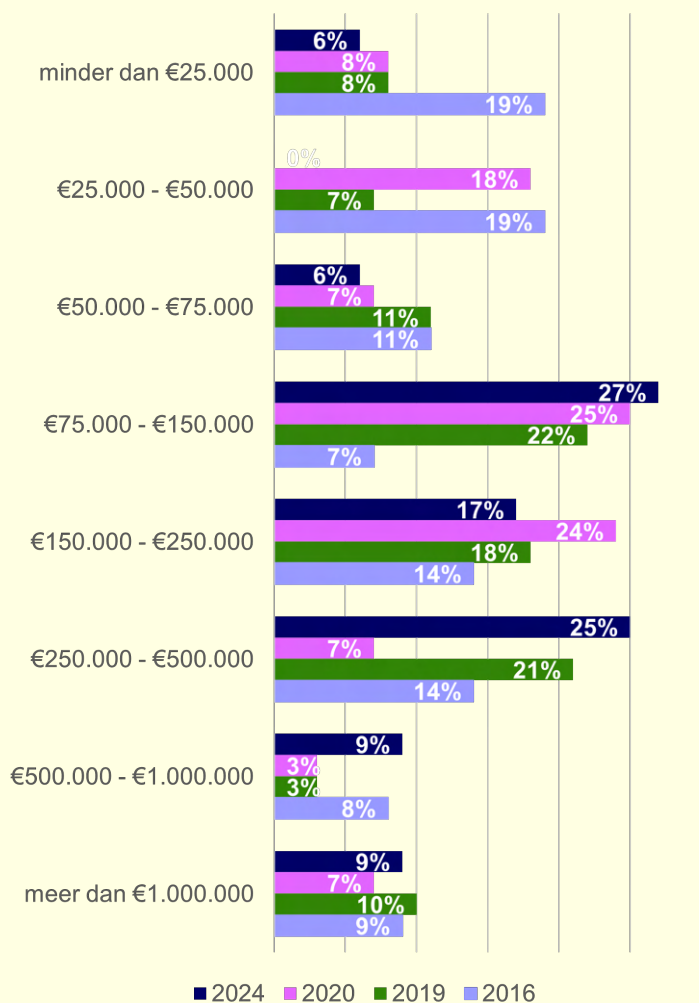
Ook de deelname aan buitenlandse kunstbeurzen is door de jaren heen toegenomen. In 2016 nam 35% van de galleries deel aan één of meer evenementen over de grens. Dat aandeel steeg in 2019 tot 38% om in coronajaar 2020 weer te krimpen tot 16%. In 2024 deed 51% mee aan een buitenlandse kunstbeurs. De belangrijkste reden voor deelname is het leggen van internationale contacten, met verzamelaars, curatoren en collega-galeriehouders. Verkoop is voor 61% een belangrijk motief, beduidend minder dan bij Nederlandse beurzen.

Galleries die niet deelnemen aan buitenlandse beurzen noemen de hoge kosten het vaakste als reden: 51%. Deelname aan buitenlandse evenementen gaat immers gepaard met extra uitgaven: vaak hogere standhuur en meer kosten voor transport, verzekering, verblijf en soms het inhuren van lokaal personeel. Andere redenen om af te zien van deelname zijn gebrek aan tijd, de moeite die het kost om buitenlandse klantcontacten te onderhouden en twijfel aan de impact op het eigen bedrijfsresultaat.

MIDDENSEGMENT GROEIT

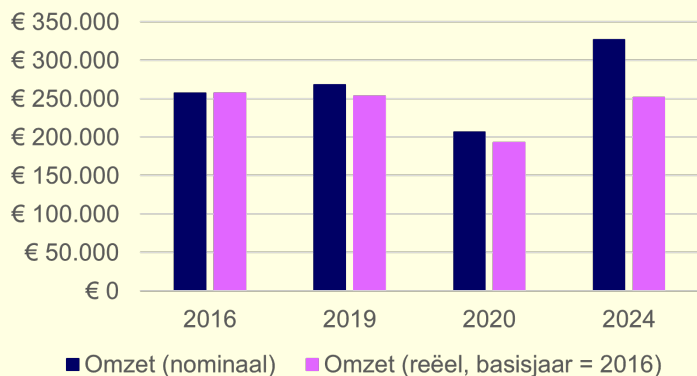
Wat omzet betreft groeit het middensegment van de Nederlandse galeriesector. Het aantal galeries met een omzet lager dan €25.000 is tussen 2016 en 2024 gedaald van 19% tot 6%. In 2024 had 39% een omzet die minder was dan €150.000. In de jaren daarvoor was die categorie veel groter: in 2019 ging het om 48% en in 2016 zelfs om 56%. Het topsegment, met een omzet boven de half miljoen euro, blijft min of meer gelijk: 17% in 2016 versus 18% in 2024.

1.8 Bruto omzet



De nominale omzet (niet gecorrigeerd voor inflatie) is van jaar op jaar gestegen, als we het coronajaar 2020 buiten beschouwing laten. Als er wel wordt gecorrigeerd voor inflatie, die na corona fors was, dan ziet de reële omzetontwikkeling er minder gunstig uit. In 2024 lag de omzet 2% lager dan in 2016, in 2020 25% lager en in 2019 1% lager. Met andere woorden: de reële omzet is sinds 2016 niet meer gestegen.

Uitgaande van de nominale gemiddelde omzet van € 326.758 in 2025 kunnen we door vermenigvuldiging met het aantal galeries in Nederland (456) de totale omzet van sector berekenen. Deze komt neer op afgerond €150 miljoen per jaar. Als we de omzetontwikkeling tussen 2016 en 2024 (ongeveer gelijk gebleven) koppelen aan de ontwikkeling van de werkgelegenheid (fors gedaald) dan is de productiviteit (de omzet per fte) in de galeriesector flink gestegen. Dit is wellicht het gevolg van de toegenomen beursdeelname.

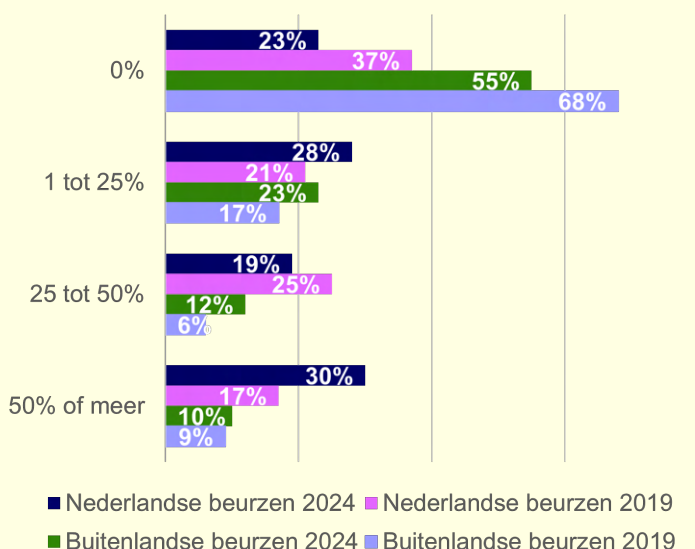


De totale omzet van de galeriesector is in Duitsland vanzelfsprekend groter dan in Nederland maar bij de Oosterburen was er in de periode 2020-2024 een daadwerkelijke daling in plaats van stagnatie: van €890 miljoen naar €600 miljoen. 59% van de galeries heeft in 2024 een omzet die lager is dan €400.000, 28% heeft een omzet tussen €400.000 en €1,5 miljoen en 13% zit boven de €1,5 miljoen.⁷

MEER OMZET OP BEURZEN, ONLINE ZAKT IN

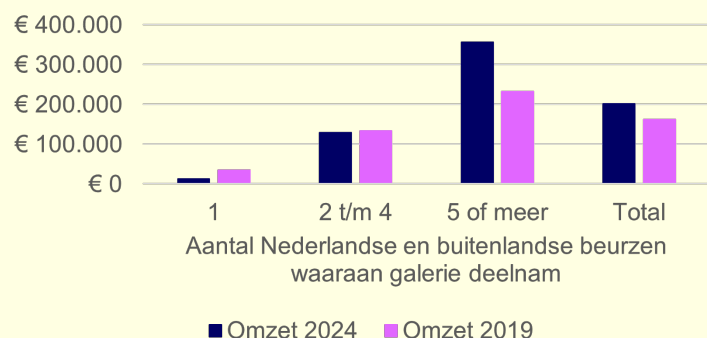
De omzet van galeries wordt voor een steeds groter deel gerealiseerd op kunstbeurzen. Dit geldt zowel voor binnenlandse als buitenlandse beurzen. Zo steeg het percentage van de gemiddelde omzet gerealiseerd op Nederlandse beurzen tussen 2019 en 2024 van 37 naar 41. Voor buitenlandse beurzen geldt een stabiel aandeel van rond de 30%. Drie op de tien galeries haalde in 2024 de helft of meer van z'n omzet op Nederlandse beurzen, terwijl dat in 2019 nog 17% was. Voor buitenlandse beurzen geldt dat 10% in 2024 de helft of meer van de jaaromzet daar haalde, versus 9% in 2019.

1.10 Aandeel omzet Nederlandse en buitenlandse beurzen



Het belang van beursdeelname voor de omzet van een galerie wordt geïllustreerd door de samenhang tussen het aantal beurzen waaraan een galerie jaarlijks deelneemt en de op die beurzen gerealiseerde omzet. Uit de grafiek valt grofweg af te leiden dat vanaf twee beursdeelnames per jaar de omzet met iedere deelname met €50.000 toeneemt.

1.11 Gemiddelde omzet op beurzen per deelnemende galerie



⁸ Art Basel UBS (2026)
Art Market Report
2026, p. 17

⁹ Art Basel UBS (2026)
Art Market Report
2026, p. 223

Tijdens het coronajaar 2020 steeg het aandeel online verkoop tot 26%. Deze digitale inhaalslag heeft echter niet doorgezet. In 2024 lag de online verkoop op 16%, net iets hoger dan in 2019 (15%).

Ook in dit opzicht volgt de Nederlandse galeriesector de internationale trends. In 2025 daalde de internationale online verkoop tot 16% van de totaalomzet, een krimp van 6% - punt ten opzichte van het jaar daarvoor. Er werd mondiaal voor \$9,2 miljard aan kunst via websites en digitale platforms verkocht, waarmee de online verkoop zich bevindt op het laagste niveau sinds 2019. Vooral verkopen waar grote bedragen mee zijn gemoeid vinden weer meer fysiek plaats.⁸

GEMATIGD OPTIMISTISCHE VERWACHTINGEN

Het optimisme dat in 2021 nog heerste in de galeriesector is wat afgenomen. Middenin de coronaperiode was omhoog de enige weg mogelijk en dacht 89% van de galeries in het komende jaar een gelijke of grotere omzet te draaien. Maar vier jaar, diverse oorlogen, een tweede presidentschap van Trump en meerdere crises verder ziet een grotere groep galeriehouders het somber in. Een derde verwacht dat de omzet zal krimpen. Dat is aanzienlijk meer dan de 11% die in 2021 rekening hield met zo'n pessimistisch scenario.

De omzet, het aantrekken van nieuw publiek en overheidsbeleid worden het vaakst genoemd als grootste zorgen voor galeriehouders. Met overheidsbeleid wordt bedoeld op de financiële rapportage in verband met de Wet ter Voorkoming van Witwassen en de Financiering van Terrorisme (Wwft), de onduidelijkheid omtrent btw-heffingen en de stiefmoederlijke behandeling van de beeldende kunstsector door overheden. In 2024 worden ook - en meer dan voorheen - loonkosten en de kosten van huisvesting genoemd als een groot probleem.

De zorgen over de omzet zijn hoogstwaarschijnlijk ingegeven door de geopolitieke onrust die zorgt voor inflatie, stijgende prijzen en klanten die minder spontaan hun geld uitgeven. Ook internationaal geldt de onzekerheid over de omzet als grootste zorg voor galeriehouders, naast de moeite die het kost om verzamelaars te binden en de gestegen kosten voor transport, reizen en beursdeelname.⁹

Gallery Fair Practice Code

De algemene Fair Practice Code werd in 2017 geformuleerd om het werkklimaat in de kunst- en cultuursector te verbeteren en beloning eerlijker te maken. Vier jaar later werd naleving van de code verplicht gesteld voor iedere organisatie of instelling die subsidie ontvangt of daar aanspraak op wil maken. In navolging hiervan stelde de Nederlandse Galerie Associatie een eigen Gallery Fair Practice Code (GFPC) op en maakte die onderdeel van haar huishoudelijk reglement. De code bestaat uit een aantal regels die NGA-leden geacht worden te volgen in hun relatie met kunstenaars, zoals tijdige uitbetaling en het delen van informatie over de koper van het werk. [Klik hier voor meer informatie over de Gallery Fair Practice Code](#)

De GFPC is in 2023 door het Mondriaan Fonds overgenomen, met enige aanpassingen. Galeriest die een fondsbijdrage willen ontvangen voor een buitenlandse kunstbeurs worden geacht de code te onderschrijven, toe te passen en integraal te publiceren op een zichtbare plek op hun website.

Galeriest zouden de wederzijdse verplichtingen in een contract vast kunnen leggen. Hiernaar gevraagd blijkt 39% van de galeriest dit altijd te doen en 35% soms. De resterende 26% doet dit nooit.

Van de voor dit onderzoek ondervraagde galeriest is 73% bekend met de GFPC. Van hen onderschrijft 89% de code, wat neerkomt op 65% van het totaal. De galeriest die de code niet onderschrijven, vinden dat de verantwoordelijkheden voor goed gedrag eenzijdig bij de galerie worden gelegd, zonder eisen te stellen aan kunstenaars.

Wijlen de KunstKoop

Jarenlang bood het Mondriaan Fonds de mogelijkheid om kunst te kopen met een renteloze lening, die in maximaal 36 maandelijkse termijnen kon worden afbetaald. Deze KunstKoop-regeling werd eerst ondersteund voor ABN Amro en later door Santander. In 2024 gaf Tinka aan de KunstKoop te willen doen, maar deze kredietorganisatie haakte net als de eerdere partijen af omdat de regelgeving rondom consumptief krediet was aangescherpt en het afbetalingsrisico te groot zou zijn geworden. Hiermee kwam een einde aan een regeling die minder daadkrachtige kopers – vaak jong – in staat stelde om kunst aan te schaffen.

Voor galeriest is het stoppen van de KunstKoop een stevige tegenvaller. In 2024 bood 53% van de voor dit onderzoek ondervraagde galeriest de KunstKoop-regeling aan. Voor 21% van deze galeriest betekent het verlies van de KunstKoop een substantiële omzetsdaling. Veel galeriest (84%) bieden nu een eigen financieringsregeling aan, of deden dit al, naast of in plaats van de KunstKoop-regeling. Meestal wordt het werk pas na volledige afbetaling geleverd.

Ook in 2025 geniet de KunstKoop-regeling nog grote bekendheid onder kopers van kunst: 90% zegt hem te kennen. De meeste kopers (76%) maakten met de regeling kennis via een galerie en 54% heeft er in het verleden een of meerdere keren gebruik van gemaakt. Ongeveer evenveel kopers (56%) maakten gebruik van een andere afbetalingsregeling, meestal via de galerie. Een vijfde van de kopers zegt minder kunst aan te schaffen door het wegvallen van de KunstKoop-regeling.

KUNST
PUNKT
NAAPE
TWEED
LEVEN

KUNST OP ZOEK NAAR EEN TWEEDE LEVEN

De secundaire kunstmarkt is in Nederland altijd beperkt geweest. Vooral de galeriesector hield zich afzijdig van handel in 'tweedehands' kunst. Maar daar komt langzaam verandering in, vooral door de ontzameltrend onder de babyboomgeneratie. Nieuwe en fluctuerende regelgeving hinderen echter de ontwikkeling.

Of ze niet ook een keer naar hun collectie wilde kijken. Christine van den Bergh van Bradwolff & Partners kreeg opvallend vaak die vraag van verzamelaars die haar tentoonstelling Sammelsurium (januari 2025) hadden gezien. In deze presentatie toonde ze werk van onder andere John Baldessari, Sjoerd Buisman, François Morellet en Raymond Pettibon. Geen kunstenaars uit haar eigen stal maar werk uit privébezit. Verkoop was niet de belangrijkste motivatie", zegt ze. "De eigenaar wilde graag zijn kunst delen met een breder publiek. Maar daarnaast was het wel degelijk de bedoeling om het gesprek op gang te brengen over het doorgeven van kunstwerken of zelfs complete collecties."

Geen overbodige luxe als je bedenkt dat we aan de vooravond staan van de grootste intergenerationele welvaartsoverdracht in de geschiedenis. De babyboomgeneratie, die een ongekende inkomensgroei heeft meegemaakt, bestaat nu uit zeventigers en tachtigers voor wie het nalatenschapsvraagstuk urgent begint te worden. Geld en onroerend goed komen meestal wel goed terecht bij kinderen of kleinkinderen, maar voor de kunstcollectie is vaak geen bestemming. Nabestaanden hebben een andere smaak of simpelweg geen interesse in kunst.

"De meeste verzamelaars die ik spreek willen hun collectie niet naar de veiling brengen; dat is ze te onpersoonlijk", vertelt Van den Bergh. Wat ook meespeelt is dat de grote veilinghuizen – Sotheby's, Christie's en Bonhams – geen filiaal meer hebben in Nederland en dat je met topstukken al snel terechtkomt in Parijs of Londen. Daar zullen ze werk van veel kunstenaars die geen of een beperkt veiling trackrecord hebben, niet aannemen. En bij kleinere, lokale veilinghuizen bestaat de kans dat prijzen veel lager uitvallen dan de aankoopprijzen. "Wat niet leuk is voor de verkoper maar ook niet voor de kunstenaar, die daarmee zijn markt verpest ziet", stelt Van den Bergh. "Verzamelaars weten dat en willen dat voorkomen."

Dus is het zaak een alternatieve secundaire markt te creëren, eentje waarin galleries een rol spelen bij het 'herplaatsen' van kunstwerken. "In het buitenland zie je dat galleries dat al doen, daar zijn primaire en secundaire markt meer geïntegreerd", volgens Van den Bergh, die zegt in de toekomst één keer per één of twee jaar een tentoonstelling te willen maken met werk uit privécollecties. "De primaire markt blijft mijn belangrijkste doel. Zakelijk maakt secundair nog geen groot deel uit van de omzet, maar dat kan veranderen."

Vooralsnog zijn de inspanningen van Bradwolff & Partners inhoudelijk gedreven. "Ik ben erg selectief en combineer werk uit collecties met werk van mijn eigen kunstenaars. Ik merk dat verzamelaars dat het meeste waarderen: dat er met een andere blik wordt gekeken naar de kunst die zij bij elkaar hebben gebracht. En ze willen dat die toegankelijk blijft. Als iemand zich aandient die iets wil kopen, dan vragen ze meestal niet het onderste uit de kan. Als je wilt dat kunst een tweede leven krijgt, moet je flexibel omgaan met de waardebepaling."

STRIKTE SCHEIDING

Lange tijd gold in Nederland een strikte scheiding tussen galeries en kunsthandel. Onder spelers in de primaire markt, die zich specialiseren in werk van levende kunstenaars, was het zelfs not done om zich in te laten met het secundaire segment, waar het draait om meestal dode makers, estates en werk dat niet regelrecht uit het atelier komt maar eerdere eigenaren heeft gehad.

Maar tegenwoordig wagen genoeg galeriehouders zich af en toe aan de secundaire markt. Zoals Doret Huibers, die in 1993 in Maastricht Bell'Arte begon, de eerste galerie in Nederland die exclusief gewijd is aan beeldhouwkunst. Zeker nadat ze verhuisde naar het Kurhaus in Scheveningen, eigendom van haar latere echtgenoot, bood ze ook werk aan dat ze had opgepikt op veilingen of bij particuliere eigenaren. "Toen Museum Beelden aan Zee, praktisch onze burens hier, in 2019 een grote Niki de Saint Phalle-tentoonstelling organiseerde, bood ik ook werk van haar te koop aan", vertelt Huibers. "Zo'n aanleiding werkt goed."

Bell'Arte neemt werk in consignatie en wisselt soms ook werk uit met collega-galeries in het buitenland – bijvoorbeeld etsen van Picasso uit België. Tevens heeft Huibers te maken met de nalatenschap van kunstenaars uit haar eigen stal. "Ik verkoop nog steeds werk van Carlos Mata die in 2008 is overleden en wiens zoon de bronzen blijft produceren. Maar het merendeel van mijn aanbod komt rechtstreeks van kunstenaars."

Dat geldt ook voor Anne Mie Emons, die na haar pensionering als hoogleraar Plantencelbiologie aan Wageningen Universiteit Art Gallery O-68 begon in Velp. "In een expositie met werken van bevriende kunstenaars hier uit de buurt - Klaas Gubbels, Marten Hendriks en Elli Slegten - wilden zij ook graag werken van de overleden Ad Gerritsen erbij hebben. Wij leerden de weduwe van Gerritsen kennen, die nog een aardige voorraad werk van hem heeft."

Houtgravures van Dalí met als thema de Divina Commedia van Dante Alighieri heeft Emons tijdens corona op Artsy gecombineerd met werk van haar eigen kunstenaars. "Die combinatie werkte inhoudelijk heel goed", vindt ze. "Zakelijk was er met name belangstelling voor de Dalí's, die ook erg mooi zijn. Ook combineer ik grafisch werk van Dalí, etsen uit de serie *Much ado about Shakespeare II* (1971), met een hedendaagse kunstenaar in een zomerexpositie. Een kunsthistorische dialoog tussen oud en nieuw."

Ondanks de commerciële potentie wil Emons zich niet op de secundaire markt richten. "Daar ben ik de galerie niet voor begonnen", stelt ze resoluut. "De primaire markt is mijn belangrijkste doel, ook om bij te dragen aan de carrière van levende kunstenaars. Die moeten zich vaak nog bewijzen en dan kan de combinatie met werk van erkende namen helpen. Dat zie je bijvoorbeeld op de PAN. Maar soms voelt het ook als oneerlijke concurrentie, bijvoorbeeld als grafisch werk uit de secundaire markt wordt aangeboden op Art on Paper, wat ik toch echt beschouw als beurs voor primair werk."

ROL VOOR MUSEA

Paul van Rosmalen van BorzoGallery combineert al ruim vier decennia vol overtuiging primaire en secundaire markt. "Ik geloof niet in die waterscheiding", stelt hij. "Er is natuurlijk wel verschil tussen de twee segmenten. In de primaire markt gaat het om een scherp, onderscheidend oog om in een vroeg stadium talent te spotten. De secundaire markt draait meer om kennis. Maar ze laten zich mooi combineren – wij doen dat tegenwoordig 50/50 – zodat je de doorlopende lijnen ziet in de kunstgeschiedenis. Kunstenaars van nu staan op de schouders van hun voorgangers."

Van Rosmalen vindt dat Nederlanders historisch bewustzijn ontberen en wel wat trotser mogen zijn op hun culturele erfgoed. "Musea zouden daar een rol in moeten spelen, het Stedelijk voorop. Dat Jan Dibbets onlangs in Museum H'Art te zien was, is natuurlijk geweldig maar die tentoonstelling had gewoon op het Museumplein moeten zijn. Ger van Elk is nog zo'n naam. Ik denk dat musea in Amerika en Europa meer werk van hem hebben dan in Nederland."

Het verdwijnen van de grote veilinghuizen uit Nederland werkt volgens de galeriehouder niet bevorderlijk op het kunstklimaat. "Het is een devaluatie van Nederland als kunstminnend land." Zelf koopt hij nog heel af en toe iets op veilingen, waarbij Parijs sinds Brexit in belang heeft toegenomen. "Maar sommige prijzen zijn enorm gestegen, bijvoorbeeld van Zero-kunst waar wij in zijn gespecialiseerd. Soms neem ik dingen in consignatie." Verkoop verloopt merendeel via beurzen. PAN en Tefaf zijn belangrijk voor het secundaire marktaanbod, op Art Rotterdam presenteert BorzoGallery werk van levende kunstenaars, soms in combinatie met een enkel stuk uit de handel. Vijf jaar lang stond de galerie ook op Art Basel en speelde ze mee in de absolute wereldtop.

Ondanks de schat aan kennis en ervaring, die Van Rosmalen op terughoudende maar overtuigende wijze tentoonstelt in presentaties en publicaties, blijft het soms een gok welke kunstenaar wel aanslaat en welke niet. "Zo'n tien jaar geleden ben ik begonnen met het bij elkaar brengen van werk van Ben Akkerman (1920-2010). Toen ik daar anderhalf jaar geleden een tentoonstelling mee maakte, liep die heel goed: twee derde van het werk werd verkocht. Ik breng bijvoorbeeld ook graag Hans van Hoek, een heel interessante kunstenaar. Maar zijn doeken en beeldhouwde lijsten zijn enorm groot – dat ligt een stuk lastiger."

EEN GEZONDE MIX

Van de jongere galeriehouders die zich bezighouden met de secundaire markt heeft Michiel Simons die het meeste verankerd in zijn programma. "Ik begon met het uitgeven van werk in oplage", vertelt de eigenaar van Galerie m.simons, die zijn eerste ervaringen met kunsthandel opdeed bij Willem Baars Projects. "Toen ik een jaar of tien geleden een pop-up galerie opzette, wilde ik niet in dezelfde vijver vissen als andere galeries."

Dus greep hij institutionele tentoonstellingen met grote namen – Carel Visser in het Rijks, Gunther Förg in het Stedelijk – aan om hun werk te tonen in combinatie met dat van jonge kunstenaars. "Je vraagt kopers, vaak jong, een aanzienlijk bedrag te betalen voor een kunstwerk. Dan helpt het dat de kunstenaar waar ze in geïnteresseerd zijn vijfhonderd meter verderop in een museum te zien is en Walther König drie straten verderop een meter boeken over hem of haar op de plank heeft. Dat geeft vertrouwen. De nieuwe generatie kopers is heel kritisch en bezig met de vraag: wat is het over vijf of tien jaar nog waard?"

Simons ziet het combineren van primaire en secundaire markt als een goede manier om fluctuaties in de markt op te vangen en de continuïteit van zijn bedrijf te waarborgen. "Mensen kopen nieuwe kunst op het moment dat de stemming optimistisch is en er makkelijker geld wordt uitgegeven. De secundaire markt biedt meer zekerheid. Daar kun je op terugvallen."

Dat de secundaire markt in Nederland lange tijd zo beperkt is geweest, heeft te maken met het werkkapitaal dat nodig is voor de aanschaf van kunst om door te verkopen. Dat onderschrijft Simons, maar hij stelt ook: "Je kunt ook gewoon ergens beginnen. Voor een relatief klein bedrag is op veilingen al heel veel te koop. Als je dat op de juiste manier en op het juiste moment presenteert dan kun je daar winst op maken. Tegenwoordig koop ik overigens nog maar zelden op veilingen en komt veel uit mijn inmiddels opgebouwde netwerk."

Ook daar blijft het een kwestie van 'cherry picking'. "Een goede Erik Andriesse (1957-1993) raak je altijd wel kwijt, maar minder uitzonderlijk werk haalt nooit de prijs die er toentertijd voor is betaald. Je wilt de markt niet overspoelen en alleen de top aanbieden. Dat houd ik ook de kunstenaars die ik vertegenwoordig voor. Als ze iets te pakken hebben dat werkt en goed in de markt ligt, moeten ze de verleiding weerstaan om dat vijftig of honderd keer te herhalen. Zo is het later op de secundaire markt ook nog iets waard."

ANTI-WITWASREGELS EN BTW

De ontwikkeling van de secundaire markt is afhankelijk van verzamelaars die goede stukken een nieuw leven willen geven zonder er meteen de hoofdprijs voor te vragen en kopers, die door beperkte veilingervaring misschien nog de smaak te pakken moeten krijgen. Maar er zijn ook praktische obstakels.

Allereerst de Wet ter Voorkoming van Witwassen en de Financiering van Terrorisme (Wwft). Die werd in 2008 door de Europese Unie geïntroduceerd. Tien jaar later kwam er een nieuwe richtlijn die van toepassing is op de kunstsector, die vanaf 20 januari 2020 van kracht is in Nederland. Galeriers, kunsthandels, veilingen en kunstkoopbemiddelaars moeten bij een verkoop boven de €10.000 de identiteit van de koper controleren en registreren. Het gaat hier niet alleen over cash betalingen. Als de verkoper verhoogd risico op witwassen of financiering van terrorisme vermoedt, moet hij de klant vragen hoe hij aan zijn geld komt, bijvoorbeeld door belastingaangiften, bankafschriften of jaarstukken in te zien.

“Ik heb onlangs werk verkocht aan iemand in China en heb een nieuwe klant uit New York, maar die vinden het geen probleem om aan de regels te voldoen”, vertelt Huibers van Bell’Arte, die de controledrift soms wel vindt doorschieten. “Van mijn echtgenoot Giovanni van Eijl kreeg ik een opdracht om met een kunstenaar het plafond in de serre van het Kurhaus te beschilderen. Bij controle van de Belastingdienst kreeg ik bijna een boete omdat ik geen onderzoek naar de opdrachtgever zou hebben gedaan en dat zijn paspoort niet bij de aangifte zat. Na veel moeite heb ik die boete kunnen omzetten in een waarschuwing.”

Volgens Simons zijn kopers inmiddels gewend aan de nieuwe gang van zaken, maar hij vindt het wel “vreemd dat de verantwoordelijkheid bij ons als sector is gelegd en niet bij de banken”. Ook Van Rosmalen van BorzoGallery ziet weinig problemen met de nieuwe richtlijn. “De meeste klanten kennen we. Als iemand voor de eerste keer iets koopt, laten we een jurist op de Zuidas een onderzoekje doen, op basis van publiek toegankelijke gegevens. Dan wordt een dossiertje opgesteld, een formaliteit.”

Lastiger dan de witwasregels is de onzekerheid rondom btw. “De regels lijken iedere drie jaar te veranderen. Terwijl continuïteit zo belangrijk is. Dat geeft zekerheid”, stelt Van Rosmalen. En Simons vult aan. “De btw-tarieven verschillen nogal tussen landen. Zeker als het om grote bedragen gaat, leggen wij het af tegen galeriers en handelaren uit bijvoorbeeld Frankrijk en Zwitserland. Nu de Young British Artists-golf een beetje is opgedroogd hebben we niet direct veel te maken met het Verenigd Koninkrijk, maar sinds de Brexit hebben we ook nog te maken met tarieven rondom import en export.”

Emons van Art Galery O-68, die meedeed aan verschillende beurzen in Londen en Basel, kan erover meepraten. “Maar ik laat het papierwerk over aan derden. Net zoals ik voor btw-kwesties een goede consulent heb in Arnhem: Beeldrijck. Wat ik lastiger vind dan die logistieke zaken, is het vinden van nieuwe kopers, de opvolgers van de verzamelaars die er nu langzaam mee ophouden en gaan ontzamelen. In dat opzicht vind ik mijn bestaan als galeriehouder lijken op het hoogleraarschap: je kunt altijd meer doen.”

NOPEERS

KOPERS

De kunstmarkt blijft tot de verbeelding spreken en mensen lezen er graag over. Na internationale bestsellers als *Seven Days in the Art Market* (2008) van Sarah Thornton en Michael Shnayersons *Boom – Mad Money, Mega Dealers and the Rise of Contemporary Art* (2020) wisten Pieter van Os en Arjen Ribbens een Nederlands publiek te boeien met *Tussen kunst en cash* (2021). De focus van dit soort boeken ligt echter bij veilingrecords, private sales waar duizelingwekkende bedragen mee zijn gemoeid en schimmige deals met kunst van dubieuze oorsprong.

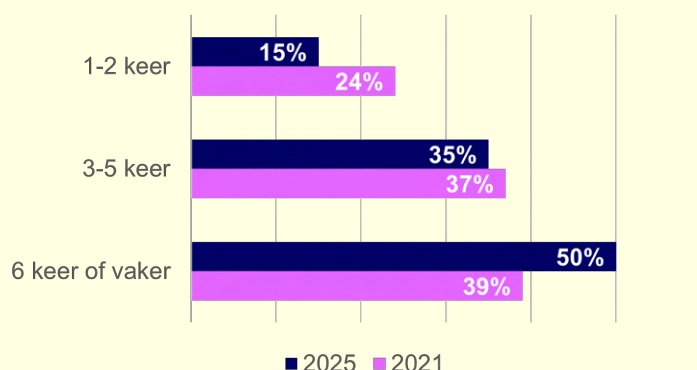
De Nederlandse kunstmarkt is een stuk minder extreem. Dat blijkt ook uit het gemiddelde profiel van de 152 kunstkopers die voor dit onderzoek een online enquête invulden over hun koopgedrag. Over het algemeen is de Nederlandse kunst koper eerder man dan vrouw, ouder dan vijftig, hoog opgeleid en even vaak woonachtig in de Randstad als daarbuiten. Het aantal mannen in de responsgroep ging van 54 in 2021 naar 61% in 2025. De spreiding in leeftijd is aanzienlijk groter dan in 2021. Er zijn veel meer 40-minners en 70-plussers. In lijn met de oudere leeftijd van de responsgroep uit 2025 is ook hun gemiddelde maandelijkse netto huishoudinkomen hoger: €8.065 in 2025 versus €5.072 euro. Dit gemiddelde van €8.000 per maand is een kwart hoger dan de landelijke schatting van het CBS. Kunstkopers behoren dus gemiddeld tot een hogere inkomensklasse.

In de 2025 responsgroep komen minder Amsterdammers voor, maar de verdeling tussen de Randstad en daarbuiten is overeenkomstig aan die in 2021. In het opleidingsniveau van kunstkopers zit amper verschil tussen 2021 en 2025. Kunstkopers zijn als groep hoger opgeleid dan de rest van Nederland. Terwijl 89% van hen een hbo of hogere opleiding heeft, geldt dat voor maar 38% van de gehele bevolking.

VERKOOP IN DE LIFT

Er is tussen 2021 en 2025 aanzienlijk meer kunst gekocht dan in de periode 2017-2021. Steeds meer incidentele kopers ontwikkelen een verzamelgewoonte en worden seriële kopers. De helft van de kunstkopers heeft in de afgelopen vier jaar zes of meer werken gekocht. Dat segment maakte eerder nog 39% van het totaal uit. Deze ontwikkeling hangt waarschijnlijk samen met het gestegen netto besteedbare huishoudinkomen van de onderzochte kunstkopers.

3.1 Aantal aankopen in afgelopen 4 jaar

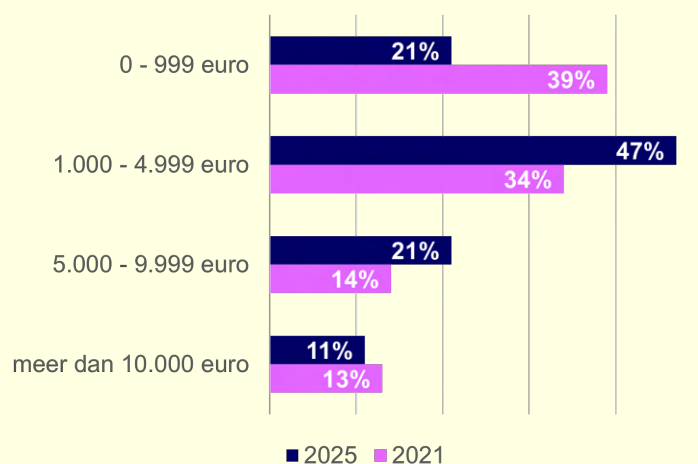


Net als het aantal aankopen is ook de gemiddelde besteding aan kunst gestegen tussen 2021 en 2025. Opmerkelijk is de groei in het middensegment. Veel meer kopers trekken jaarlijks tussen €1.000 en €5.000 uit voor kunst. Ook de categorie daarboven, die tussen €5.000 en €10.000 besteedt aan kunst, vertoont aanmerkelijke groei. Iets meer dan één op de tien kopers geeft meer dan €10.000 uit aan kunst.

De gemiddelde bedrag dat wordt besteed aan kunstaankoop steeg van €5.160 tot €6.602. Zonder rekening te houden met inflatie is dat een groei van 28%. Met correctie voor inflatie komt de groei uit op 5%.

Overigens heeft 32% van de kunstkopers ook kunst *verkocht*, waarvan de helft dit via een galerie heeft gedaan.

Tabel 3.2 Jaarlijks besteed bedrag aan kunstaankopen



Traditionele media zijn nog steeds het populairste onder kunstkopers. Het aandeel kopers van schilderijen, tekeningen, sculpturen en installaties ging zelfs nog omhoog. Keramiek, glas, textiel, videokunst en design, zijn een stuk minder in trek dan in 2021. Wat dat betreft sluit het aanbod van galleries perfect aan bij de wensen van kopers. Er is wel een duidelijk verschil in voorkeuren tussen kopers jonger dan 55 en de 55-plussers. De jongere generaties kopen minder schilderijen, tekeningen en grafiek maar geven meer uit aan fotografie.

De motivatie van Nederlandse kunstkopers is niet primair financieel gedreven. Slechts een klein percentage koopt kunst als belegging. De overgrote meerderheid hecht meer waarde aan het 'hedonistisch rendement' en schaft kunst aan om er zelf van te genieten. Ook het ondersteunen van kunstenaars scoort hoog.

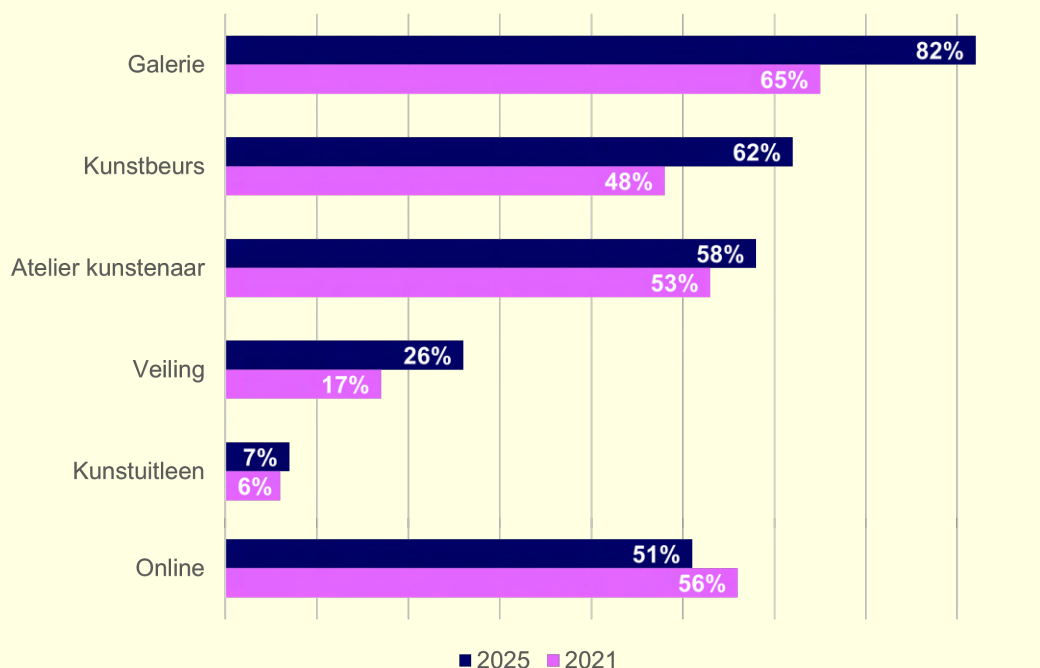
Het optimisme dat het kunstkoopgedrag de afgelopen vier jaar aanwakkerde, houdt waarschijnlijk niet in dezelfde mate stand. Ruim zeven op de tien kunstkopers verwacht de komende jaren even veel of meer kunst te kopen. Ruim een kwart denkt minder vaak tot aanschaf over te gaan. In 2021 lag het percentage van de categorie 'gelijk of meer' nog op 80%.

FYSIEKE GALERIE BELANGRIJKSTE VERKOOPPUNT

Door de lockdowns tijdens de coronaperiode nam de online verkoop van kunst een grote vlucht. Hoewel het steeds gewoner wordt om kunst te kopen via een website of social media, heeft de verwachte groei van online verkoopkanalen niet doorgezet. De cijfers wijzen er zelfs op dat kunstkopers juist meer gebruik zijn gaan maken van fysieke verkooppunten.

De galerie was en is de belangrijkste plek voor verkoop. De kunstbeurs als verkoopkanaal steeg van 48% tot 62%. Ook werd er meer direct uit ateliers verkocht en via veilingen. Tegenover al die groeicijfers staat een minnetje voor online verkoop. Die ging van 56% in 2021 naar 51% in 2025.

3.3 Locatie verkoop in afgelopen vier jaar



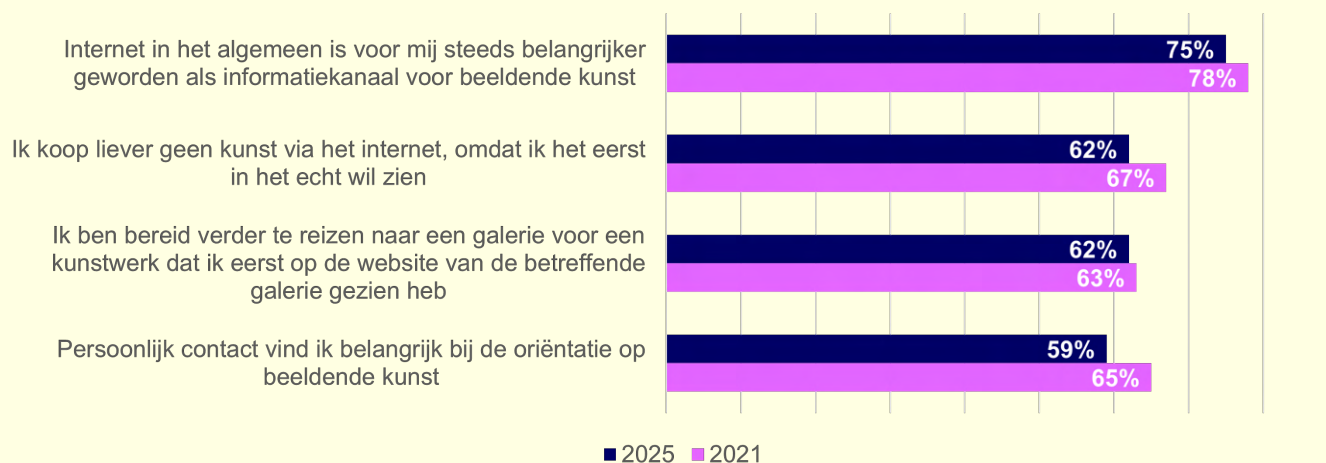
Ondanks de daling blijft online verkoop ook in 2025 een belangrijk alternatief verkoopkanaal. Het aantal kunstkopers dat nooit online kunst koopt, is gedaald van 33% naar 27%. Van alle media verkopen schilder- en tekenkunst het beste in de digitale omgeving. In alle categorieën zijn de online aankopen gestegen, maar bij grafiek het sterkste.

HYRBIDE KUNSTBELEVING EN COMMUNICATIE

Hoewel online kunstaankopen zijn gedaald, is het belang van het internet als informatiekanaal toegenomen. Het aantal virtuele bezoeken aan musea, galeries, kunstbeurzen, ateliers en veilingen is sinds 2019 gegroeid. Die groei is harder gegaan dan de toename in het aantal fysieke bezoeken.

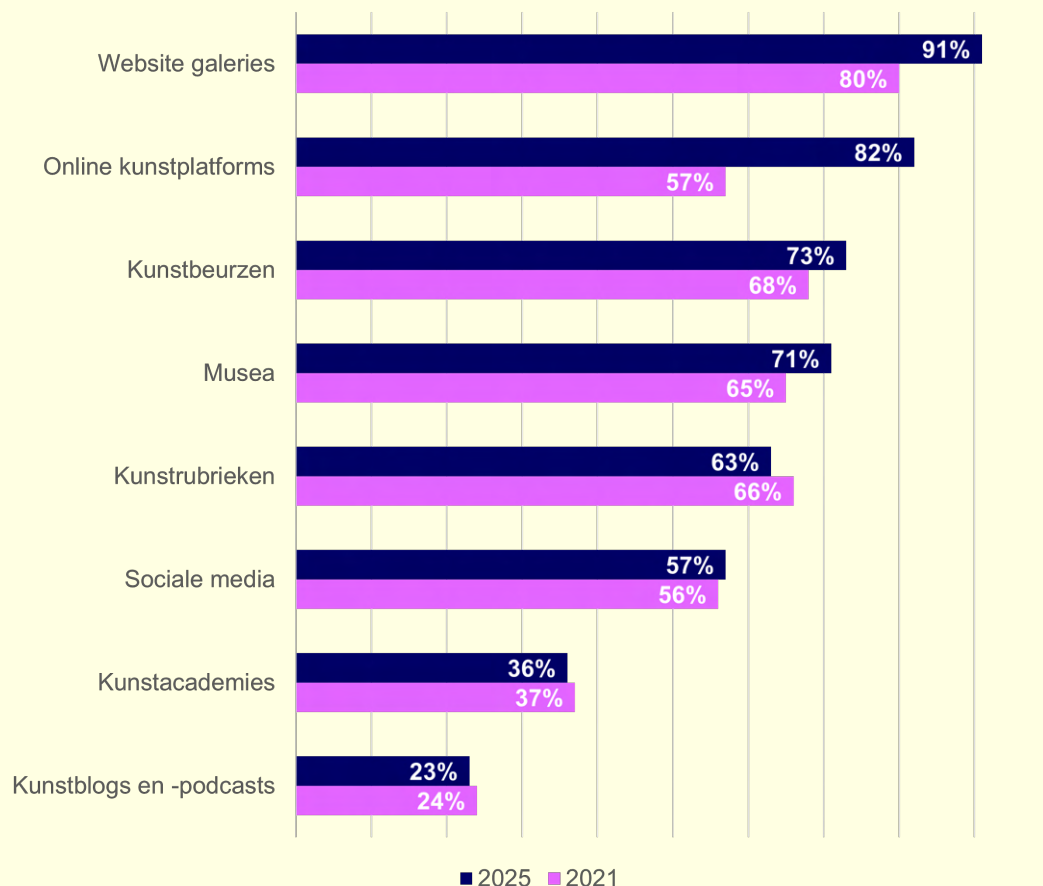
Driekwart van de kunstkopers stelt dat het internet in het algemeen steeds belangrijker is geworden als informatiekanaal. Het aandeel kopers dat liever geen kunst via het internet koopt omdat ze het eerst in het echt willen zien, is gedaald van 67% in 2021 naar 62% in 2025. Maar de digitale kanalen fungeren toch vooral om interessant werk te scouten, dat daarna in het echt wordt bekeken. De aankoopbeslissing wordt uiteindelijk genomen op basis van fysieke inspectie en fysiek contact met de galerie.

3.4 Waardering fysieke versus online galerie (% eens met stelling)



De belangrijkste informatiebronnen voor kunstkopers zijn digitaal: de website van de galerie en online kunstplatforms zoals GalleryViewer en Artsy. Bovendien is het belang daarvan sinds 2021 toegenomen. Dit geldt ook voor musea en kunstbeurzen als informatiekanaal. Opmerkelijk is dat de kunstblogs en kunstpodcasts een beetje inboeten aan populariteit.

3.5 Informatiebronnen



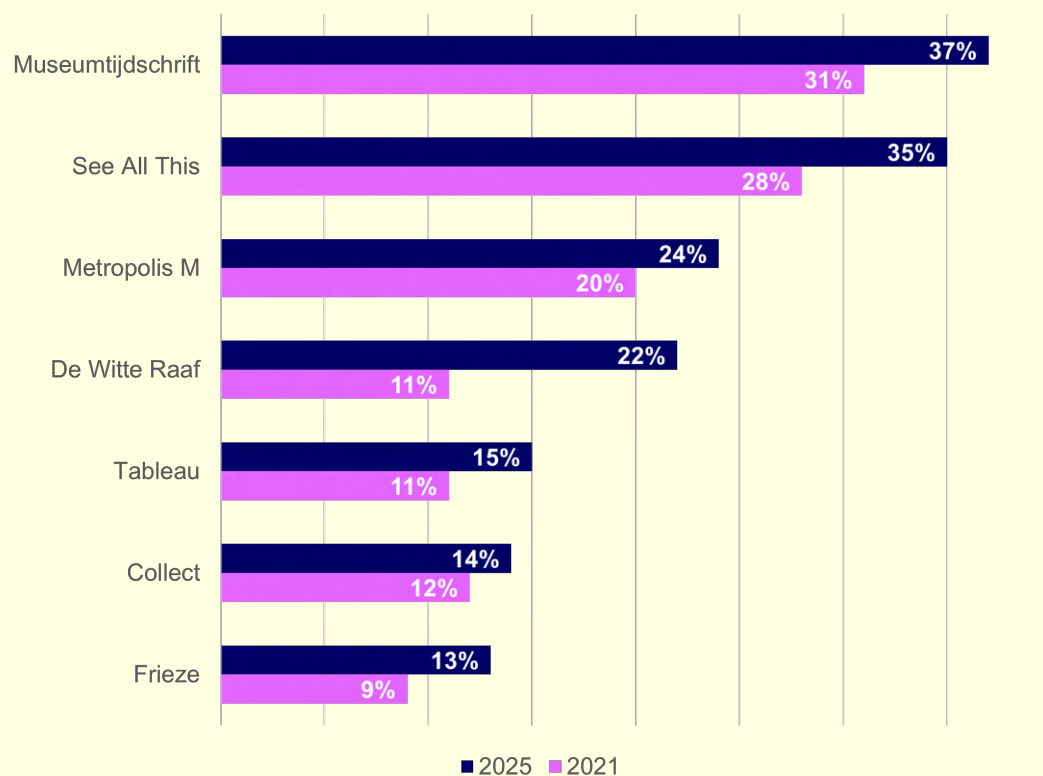
Klantcontact van galeries verloopt hoofdzakelijk via e-mail. Dat was vier jaar geleden ook al zo. Het belang van kunstplatforms als communicatiemiddel is toegenomen. En kunstbeurzen worden steeds belangrijker als plek waar kopers en galeriehouders elkaar ontmoeten.

Net als bij galeries zijn e-mail en andere digitale producten de belangrijkste middelen om kunstkopers over kunstbeurzen op de hoogte te houden.

INSTAGRAM EN FYSIEKE BLADEN ZIJN FAVORIET

Wellicht als reactie op de verreгаande digitalisering tijdens de coronajaren is de interesse voor kunstbladen sinds 2021 flink toegenomen. Dit geldt voor alle afzonderlijke bladen. Net als in 2021 is Museumtijdschrift nog steeds de marktleider, maar wordt het blad op de voet gevolgd door See All This.

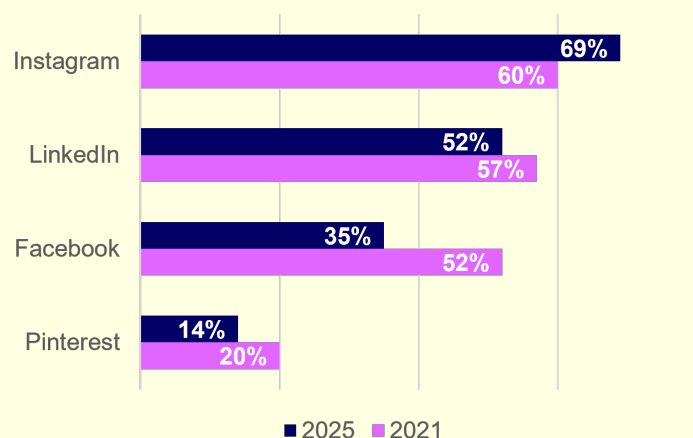
3.6 Regelmatig gelezen kunstbladen



De toegenomen belangstelling voor kunstbladen bij kunstkopers blijkt ook uit het aantal bladen dat zij lezen. Zo is het aandeel kunstkopers dat vier of meer bladen leest toegenomen van 15 naar 21%. Het segment dat geen enkel kunstblad leest, is gekrompen van 30 naar 18%.

Onder de social media zijn Facebook en Pinterest bij kunstkopers uit de gratie geraakt. Instagram is duidelijk de grote favoriet.

3.7 Regelmatig geraadpleegde sociale media



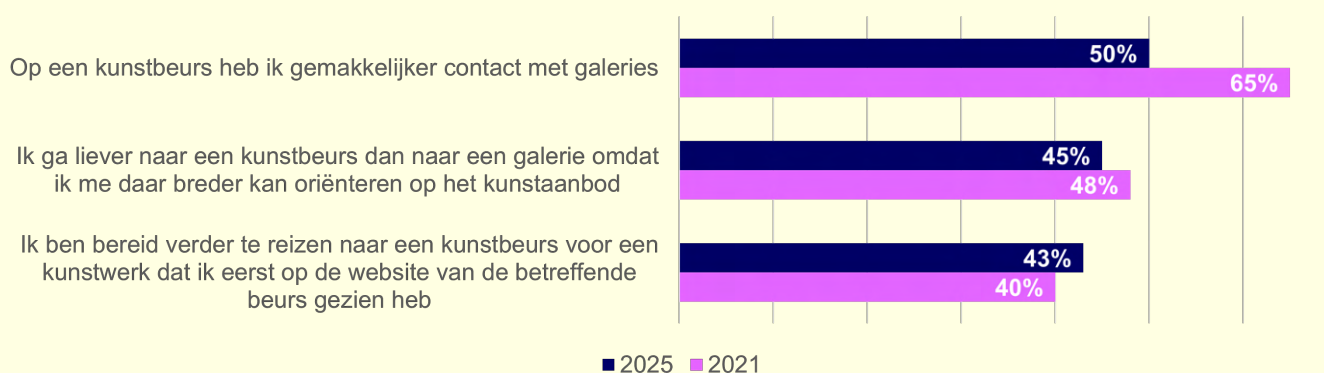
Het aantal social media dat kunstkopers raadplegen is gedaald ten opzichte van 2021. Het gemiddelde ging van 2,2 naar 1,8. Drie op de tien houdt het bij één kanaal, een kwart scrollt regelmatig op twee platforms.

KUNSTBEURZEN: EFFICIËNT EN DIVERS

Met de steeds grotere concurrentie van andere vrijetijdsbestedingen vormen kunstbeurzen een efficiënte manier om op te hoogte te blijven van het kunstaanbod. Van de kopers die in de afgelopen vier jaar kunst aanschaffen op een kunstbeurs deed een meerderheid dit uit waardering voor het grote en diverse aanbod. Voor meer dan de helft is het bezoek aan een kunstbeurs een prettige tijdsbesteding. En 41% geeft aan dat de kooplust wordt aangewakkerd door de goede kwaliteit van de daar getoonde werken.

Rond de helft van de kunstkopers geeft de voorkeur aan het bezoeken van een kunstbeurs boven galeriebezoek omdat men daar gemakkelijker contact heeft met galeries en men zich op een beurs breder op het kunstaanbod kan oriënteren. Veel beursbezoekers oriënteren zich vooraf op het aanbod en zijn bereid langer te reizen voor een kunstwerk dat ze eerst op de beurswebsite hebben gezien.

3.8 Waardering kunstbeurzen versus galeries (% eens met stelling)



PASSIVE Z
ONDERP
SSERVES

PASSIE ZONDER RESERVES

Zonder kunstenaars geen kunst, geen kunstliefhebbers en kunstkopers, geen galleries en geen kunstmarkt. Nederland telt zo'n 16 duizend kunstenaars. Voor dit onderzoek zijn er tien geïnterviewd, waarbij gestreefd is naar een zo divers mogelijk panel qua gender, leeftijd, opleidingstraject en woon/werkplek. De meeste kunstenaars streven naar verbintenis met een galerie en zijn voor een – vaak belangrijk - deel van hun inkomen afhankelijk van verkoop via galleries en op beurzen. Het maakt echter wel uit waar die galerie is gevestigd, hoe actief de galeriehouder is en hoeveel initiatief kunstenaars zelf ontplooiën.

“Vroeger had een galerie een stal met kunstenaars, tegenwoordig moet je er als kunstenaar een stal aan galleries op na houden”, zegt Lieven Hendriks (1970). “De rol van de galerie is door de jaren heen echt veranderd. Vous Êtes Ici, mijn allereerste vertegenwoordiger, was de thuishaven van mijn werk. We deden we het echt samen. Daarna zat ik een tijdje bij Francis Boeske Projects voordat ik overstapte naar Rianne Groen, een jonge galerie, dat leek me wel avontuurlijk. Ron Mandos volgde en dat was weer het andere uiterste, in de zin van gevestigd professionalisme. Sinds een paar jaar zit ik bij Gerhard Hofland, maar heb ik daarnaast galleries in Wenen, Stuttgart, Lille en Taiwan.”

Met zoveel verschillende uitlaatkleppen hoeft Hendriks niet te wachten tot hij eens aan de beurt is voor een tentoonstelling. Er staat altijd wel iets op de agenda: als het geen expositie is dan wel deelname aan een beurs. “Eén galerie is me te schraal”, stelt Hendriks. “Dan komt er ook teveel druk te liggen op een tentoonstelling. Het moet dan gebeuren qua verkoop, want de volgende kans krijg je pas weer over twee jaar.”

Niet ieder galeriecontact is even warm en de omgang verschilt volgens Hendriks nogal. “Met de galleries in Duitsland en Oostenrijk ben ik vooral bezig als er een tentoonstelling is, daarna is het weer stil. Mijn Franse galerie is super actief en neemt me veel mee naar beurzen – met verkoopresultaat. De galerie in Taiwan wordt gerund door een Nederlander die Nederlandse kunstenaars brengt in Azië, maar die voelt erg op afstand. Die naam staat echter goed op mijn CV. Galerie Gerhard Hofland beschouw ik als mijn moedergalerie. Dat is een echte schildersgalerie, waar ik me thuis voel. Ik volg het programma, dat mijn eigen kunstenaarspraktijk weerspiegelt.”

ONVERKOOPBAAR WERK

Vertegenwoordiging door meerdere galleries past bij Hendriks, die naar eigen zeggen “altijd aan het werk is” en alleen de tijd ziet als restrictie. Maar de meeste kunstenaars hebben genoeg aan één of hooguit twee galleries. En sommigen denken helemaal niet aan zakelijke vertegenwoordiging, zoals Diana Gheorghiu (1985). De van oorsprong Roemeense studeerde als fotograaf af aan de KABK, maar maakt video-installaties waarmee ze mikt op het museale circuit. “Als ik in een galerie zou willen exposeren moet ik ander werk maken, verkoopbare objecten”, denkt zij. “Wel bezoek ik kunstbeurzen om contact te leggen met tentoonstellingsmakers en mensen van musea.”

Ook Emma van der Put (1988) achtte haar werk, voornamelijk video's, onverkoopbaar. Daarom ging zij niet actief op zoek naar een galerie. Maar tegenboschvanvreden vond haar, tijdens haar periode aan de Ateliers in Amsterdam. "Er was meteen een klik", vertelt ze. "Ook sinds mijn verhuizing naar Brussel blijf ik veel contact onderhouden. In België heb ik nog geen vertegenwoordiging."

Frank Halmans (1963) was niet per se op zoek naar een galerie toen Galerie Van den Berge op zijn pad kwam. Na zijn afstuderen aan de kunstacademie van Maastricht en een aansluitende periode aan de Jan van Eyck Academie vestigde hij zich in Utrecht. "Vanuit die woonplaats wist ik redelijk snel de nogal gesloten wereld van kunstopdrachten voor de openbare ruimte binnen te dringen. Toen ik voor een schetsopdracht in Goes was, maakte ik kennis met Tom van de Berge. Inmiddels zit ik dertig jaar bij die galerie. Tussentijds ben ik wel even weggeweest en ben ik terechtgekomen bij Galerie Ramakers in Den Haag, maar ik ben ook weer teruggekeerd in Goes."

Hoewel Kuno Grommers (1947) beweert niet goed te zijn in "mezelf verkopen", ondernam hij wel actie om opgemerkt te worden door een galerie. "Ik heb een half leven gewerkt als theaterfotograaf maar heb altijd autonoom werk gemaakt dat ik voor mezelf hield", vertelt hij. "Rond 1980 besloot ik me volledig toe te leggen op kunst en weer een decennium later gooide ik een brochure met afbeeldingen in de bus bij Galerie Bart. Die nodigde me uit voor een tentoonstelling en toen die aansloeg ben ik gebleven."

"GELD IS VIES"

De omgang met galeriehouders of de werking van de kunstmarkt in het algemeen hebben niet bepaald een prominente plek in het curriculum van kunstacademies. Met een beetje geluk bestaat de voorbereiding op de professionele praktijk uit een paar uurtjes les over BTW en boekhouden. Een bezoekje aan een kunstbeurs of een vragenuurtje met een galeriehouder zou afgestudeerden ervan weerhouden hun tijd te verspillen aan het leuren met CV's en mappen vol werk. Maar dat zit er meestal niet in.

In grote delen van Nederland zijn galleries niet dicht gezaaid. Bijvoorbeeld in Brabant. Dat merkten Wouter van der Giessen (1995) en Hemaseh Manawi Rad (1995), die in respectievelijk Breda en Eindhoven hun atelier hebben. "Maar ik werd door deelname aan This Art Fair opgepikt door Galerie Bart", vertelt Manawi Rad, die werkt met textiel en keramiek. "Later heb ik internationaal mijn eerste meters gemaakt door tentoon te stellen bij Saatschi Gallery."

Van der Giessen nam een ander pad. "Ons was op de academie sterk ontraden iets met galleries te doen. Geld verdienen was vies. Maar toen ik toch in mijn onderhoud moest voorzien, ben ik maatschappelijk getinte kunstprojecten gaan doen. Dat was op een gegeven moment zo succesvol dat ik me mijn eigen manager voelde. Ik nam veel te veel werk aan en kreeg een burn-out, waardoor ik een jaar uit de running lag."

NATIONALE BUBBELS

Zelfs in Amsterdam, algemeen erkend als het nationaal epicentrum van de beeldende kunst, gaat het niet altijd crescendo. Arjan van Helmond (1971) kreeg na zijn opleiding aan de Rietveld Academie en de Jan van Eyck Academie weliswaar een werkbeurs, maar die leverde hem geen contacten op. "Er was toen nog geen Prospects-tentoonstelling die stipendiumontvangers zichtbaarheid geeft", brengt hij in herinnering. "Pas toen ik naar de Rijksakademie ging, kwam de internationale aandacht voor mijn werk op gang."

Van Helmond werd vertegenwoordigd door Galerie Juliette Jongma, exposeerde bij het inmiddels ter ziele FA Projects in Londen en werd getoond in Los Angeles. "Dat was een goede tijd in de kunstmarkt: er waren kopers met geld, beurzen waren nog niet zo duur waardoor galeriehouders meer durfden en er werd avontuurlijk gekocht. Later werd het allemaal veel meer gericht op het eigen land, er ontstonden nationale bubbels."

Van Helmond was ondertussen verhuisd naar Berlijn, dat in het eerste decennium van deze eeuw bekendstond als kunstenaarsmagneet. "Mijn atelier was gevestigd in een voormalig gebouw van de Oost-Duitse veiligheidsdienst Stasi. Ik kon er heerlijk werken. Maar Berlijn heeft weinig kopers en de concurrentie onder kunstenaars om aansluiting te vinden bij een galerie is enorm en behoorlijk agressief. Ik kwam er niet tussen. Ondertussen verwaterde het contact met mijn Amsterdamse galerie."

Dorine van der Ploeg (1983) kan beamen dat het nogal uitmaakt waar je woont en werkt, maar ook in welke stad je galerie is gehuisvest. "De samenwerking met Marieke Severens Gallery in Maastricht is inhoudelijk sterk en waardevol, ook dankzij internationale beursdeelname. Maar dat ik daar en niet bij een Amsterdamse galerie vertegenwoordigd ben, zal mij niet direct helpen bij het aanvragen van een werkbeurs", vertelt de schilder, die in het begin van haar carrière exposeerde bij Galerie Mokum en sporadisch deelneemt aan presentaties van The Millen House, beide in Amsterdam. "Maar er zijn meer factoren die meewerken: mijn gender en leeftijd, en het feit dat ik de Wackers Academie heb gedaan in plaats van een andere kunstacademie."

ZELF ACTIE ONDERNEMEN

Goes ligt ook niet bepaald op de route van de gemiddelde kunst koper, maar Halmans vindt wel dat Galerie Van de Berge voor hem een functie vervult. "Je moet op het netvlies blijven en regelmatig zichtbaar zijn. De galerie doet dat door middel van deelname aan beurzen. Maar ruimtelijk werk zoals het mijne, blijft moeilijk verkoopbaar, zeker als het groot is." Grommers heeft soortgelijke verwachtingen van Galerie Bart. "Verkoop is waar het om gaat. Daarnaast helpen ze me met de voorfinanciering van lijsten." Van der Put hecht juist meer waarde aan de inhoudelijke feedback die ze van haar galeriehouders krijgt. "Ze geven me advies en we bespreken bijna alles. Ze zijn heel erg betrokken. Daarnaast onderhoud ik contact met de andere kunstenaars in de galerie. Het voelt als een familie."

Ook Manawi Rad koestert die collegiale contacten. “We wisselen vooral praktische informatie uit, bijvoorbeeld over ervaringen met residencies of bepaalde bewerkingen van keramiek”, vertelt zij. “Bij de galerie kan ik terecht met vragen over contracten en exposities – of ik het wel of niet moet doen. Alle verkoop loopt via hen. Zij doen de administratieve kant maar ik bepaal zelf de prijzen – in afstemming met de galerie.”

Van der Ploeg waardeert de samenwerking met Marieke Severens, die haar werk goed kent en actief betrokken is bij haar ontwikkeling. Ze zou best nog intensiever contact willen hebben, maar ze realiseert zich dat de beperkte tijd verdeeld moet worden onder meerdere kunstenaars. “Ik ben door de jaren heen meer zelf gaan doen, ben me actiever gaan opstellen”, zegt ze. “Zo ontvang ik ook zelf curatoren en verzamelaars in mijn atelier. Als daar verkopen uit voortvloeien dan loopt dat wel altijd via de galerie. Ik wil die relatie transparant houden. Bij een tentoonstelling in een museum gelden voor het honorarium dan weer andere afspraken.”

Ook Van Helmond doet tegenwoordig meer zelf dan in zijn beginjaren. “Op een paar uitzonderingen na – Grimm, Ron Mandos – ontbreekt het de meeste Nederlandse galeriehouders aan een echt businessplan. Ze zijn vrij afwachtend”, is zijn ervaring. “Daarom ben ik op een gegeven moment zelf tentoonstellingen gaan regelen en mensen gaan uitnodigen in mijn atelier. Mijn persoonlijke netwerk is belangrijk voor de verkoop.”

BIJBAAN ALS BOUWVAKKER

De inkomenspositie van beeldend kunstenaars is niet bepaald rooskleurig. Van alle kunstdisciplines verdienen zij het minste. Hun jaarinkomen overschrijdt zelden €30.000 per jaar en ligt heel vaak veel lager.¹ Hoewel het kunstenaarshonorarium², dat inmiddels wordt toegepast door ruim honderd musea en andere instellingen, voor extra inkomen zorgt, blijft het voor veel kunstenaars sappelen. Ook zij die al jaren overeind weten te blijven, doen er vaak iets naast. Het komt neer op het runnen van een ‘gemengd bedrijf’.

De meest voor de hand liggende bijbaan is die in het kunstonderwijs. Voor de een is het een noodzakelijk kwaad om een financiële basis te leggen onder het kunstenaarschap. Voor de ander is het een inhoudelijke aanvulling op het atelierwerk, dat scherp houdt en zorgt voor nieuwe impulsen. Maar altijd geldt: onderwijs kost meer uren dan in de contracten vermeld staat en dat neemt een hap uit de tijd die je kunt besteden aan eigen werk.

Maar nevenactiviteiten concurreren eigenlijk altijd met de kunst. “Ik probeer de balans weer terug te vinden”, erkent Van der Put, die haar stipendium aanvult met videomapping voor een performancekunstenaar en de programmering van een experimenteel filmplatform. “Maar verkopen zijn onregelmatig en het is prettig een bepaalde basis te hebben. Daarnaast vind ik het mooi dat ik met het cureren van filmprogramma’s, waarbij we de kunstenaar vergoeden voor het tonen van hun werk, een bijdrage kan leveren aan een economie tussen kunstenaars onderling. Onderwijs lijkt me wel wat maar vaste aanstellingen zijn zeldzaam, zeker in België.”

¹ Berenschot en HTH Research (2025) Collectieve Seflie #5 Cijfers en trends in de beeldende kunst

² De Richtlijn Kunstenaars honorarium bestaat sinds 2017, is opgesteld door het veld zelf en samengebracht door BKNL.

De lijst met nevenactiviteiten onder kunstenaars is lang en divers. Zo deed Van Helmond, naast het lesgeven aan de AKI, advieswerk voor het Amsterdams Fonds voor de Kunst, het Mondriaan Fonds en de Amsterdamse atelierorganisatie CAWA. Van der Ploeg heeft de post rondgebracht: "best leuk werk maar het kostte wel veel tijd". Halmans zette zijn ervaring als klusser in door als bouwvakker zijn geld te verdienen. En Gheorghiu verdient met haar werk voor een softwarebedrijf zo goed dat ze een groot deel van haar tijd kan besteden aan haar kunst. "Hoewel het krijgen van een kind mijn ontwikkeling wel weer heeft afgeremd."

In sommige gevallen krijgt de betaalde baan waarmee kunstenaars 'zichzelf subsidiëren' de overhand. Zo besteedde Van der Giessen eerst een groot deel van zijn tijd aan het runnen van Kunstpodium T in Tilburg en werkt hij sinds kort drie dagen per week als HR-manager bij een designbureau met twaalf werknemers. "Voor de twee dagen die ik voor mezelf overhoud, hanteer ik een strak regime. Dat heb ik geleerd door die burn-out. Onder de handtekening van mijn kunstmailadres staat ook dat ik alleen bereikbaar ben op maandag en woensdag. Dat leverde me de opmerking van collega's op dat ik parttime kunstenaar zou zijn."

Ook Manawi Rad werkt drie dagen per week in loondienst, als administratief medewerker binnen de verzekeringstak van een bank. "Bij de keuze voor deze baan speelde mee dat ik de creativiteit voor mezelf wil houden. Met dit inkomen heb ik geen stress over financiële onzekerheid. Ik hoef niet per se te verkopen en ik heb de vrijheid om nee te zeggen tegen tentoonstellingen. Na mijn afstuderen werkte ik 32 uur per week, maar dat heb ik snel afgebouwd tot 24, waardoor ik meer tijd kan besteden in het atelier."

HET HEILIGE MOETEN

Hoe verschillend kunstenaars ook zijn qua generatie, opleiding, culturele achtergrond of woonplek, één ding hebben ze gemeen: het heilige moeten. Voor hun kunst moet veel, zo niet alles, wijken. Om te kunnen maken nemen ze veel onzekerheid en weinig financiële beloning op de koop toe.

Halmans heeft zijn schapjes inmiddels op het droge. "Ik heb de fotografiestudio van mijn vrouw in de achtertuin verbouwd tot B&B", vertelt de kunstenaar die ook niet heel lang meer hoeft te wachten op AOW. "Maar ik werk intensiever dan ooit. Zeker nu ik geen onzekerheid meer heb over mijn inkomsten." Die zekerheid van een ouderdomsuitkering geniet Grommers al langer. "Bovendien is mijn huis afbetaald dus hoef ik me geen zorgen te maken. Ik werk nog iedere dag, vanochtend weer anderhalf uur."

Voor de meeste jongere kunstenaars is de toekomst nog een groot vraagteken. "Een residency in Spanje lijkt me wat maar ook Antwerpen lonkt", schetst van der Giessen de vooruitzichten van een maker aan het begin van zijn loopbaan. Van Helmond – in een iets andere levensfase – heeft leren leven met de ups en downs. "Ik heb geen financiële reserves maar we leven zuinig en verbouwen onze eigen groente. Kunst maken blijft me plezier en energie geven, dus blijf ik het doen. En ik hoop op ontdekking op latere leeftijd."

Hendriks werkt ondertussen stug door. Inmiddels in Arnhem omdat hij niet meer per se in het Amsterdamse brandpunt hoeft te staan om zichtbaar te zijn. Verzamelaars zijn niet welkom in zijn atelier, want “daar werk ik en wil ik niet gestoord worden”. Wensen heeft hij natuurlijk wel. “Nog meer galeries die mijn werk tonen. Vertegenwoordiging in de VS lijkt me wel wat.”



HET WAAKVLAMMETJE VAN DE KUNSTLIEFDE OPSTOKEN

Galeriehouders klagen vaak over kunstbeurzen. Ze zouden te duur zijn en te weinig opleveren. Maar volgens de cijfers uit dit onderzoeksrapport zijn galeries voor gemiddeld 41% van hun omzet aangewezen op beurzen en zegt 62% van de kopers hun slag te slaan op beurzen. De laatste jaren tekenen zich binnen het kunstbeurslandschap duidelijke trends af richting regionalisering, inhoudelijke verdieping en het drukken van overheadkosten.

De cijfers in het artikel dat The Observer¹ begin dit jaar publiceerde logen er niet om. De Britse zondagskrant wijdde een lang artikel aan de stand van zaken in kunstbeurzenland. In 2024 bevond het wereldwijde aantal kunstbeurzen zich op het laagste punt sinds coronajaar 2021. Met 336 getelde evenementen waren dat er maar liefst 71 minder dan in 2019. Van de 31 beurzen die in 2024 de handdoek in de ring gooiden, bevond de helft zich in Europa. The Observer constateerde dat de kunstbeurs, dat als verkoopkanaal zo explosief gegroeid was sinds de eeuwwisseling, misschien zijn beste tijd gehad heeft. En dat verzamelaars duidelijk lijden onder 'fair fatigue'.

Fons Hof, directeur van Art Rotterdam en Unseen, herkent het beeld wel. En hij relativeert het meteen. "Toen wij 27 jaar geleden met Art Rotterdam begonnen hadden ze het ook al over beursvermoeidheid. Maar het is voornamelijk een internationaal verschijnsel en betreft het reizende circus van galeries, handelaren en collectioneers dat elkaar telkens weer tegenkomt in Londen, Parijs, Miami en Hongkong. Er is weinig variatie tussen die beurzen, vaak zie je zelfs dezelfde werken terugkeren. Natuurlijk zijn er uitzonderingen zoals Unlimited tijdens Art Basel. Daar krijgt je echt een wow-gevoel, daar wil je bij horen. Maar over het algemeen mis ik avontuur."

Toch vindt Hof niet dat er teveel kunstbeurzen zijn, een vaak gehoorde klacht. "Deelnemers en bezoekers blijven komen. Er is blijkbaar toch behoefte aan."

ONTSPANNEN SFEER DOOR LAGE KOSTEN

Vergeleken met de internationale situatie is het Nederlandse kunstbeurzenlandschap een stuk stabiel. Er komt af en toe iets bij, zoals Nocknock. En bij tijd en wijle stopt een beurs of wordt er gefuseerd, zoals dit jaar gebeurde met Unseen dat onderdeel werd van Art Rotterdam. "Van onze deelnemers maakt 85% winst en 69% van hen zegt nieuwe klanten aan de beurs over te houden, wat toch de belangrijkste reden is om mee te doen", vertelt Hof, die ook weet dat hij desondanks zuinig moet zijn op zijn deelnemers. "Terwijl alle kosten stijgen, voor materiaal en personeel, hanteren wij al vijf jaar dezelfde vierkante meterprijs². Voor een solostand van 20m² op Unseen betaal je €3900 en voor 25m² op de New Art Section van Art Rotterdam €4500. Dat is heel weinig als je het vergelijkt met vergelijkbare beurzen in de ons omringende landen. Daar vragen ze soms het dubbele."

Ook de PAN houdt de tarieven zo laag mogelijk. "Want we zijn een organisatie zonder winstoogmerk", zegt Mark Grol, die de 9-daagse beurs voor kunst, antiek en design in 2019 losweekte uit de Tefaf-organisatie en onafhankelijk doorging. "De deelnemers zijn onze

¹Carollo, E. *Art Fairs at a Turning Point: Why Galleries Can't Afford to Go – but Can't Afford to Stop*, The Observer, 8 januari 2026

²Wel moet worden aangetekend dat Art Rotterdam tegenwoordig 4 in plaats van 5 dagen duurt.

aandeelhouders en dat zorgt voor grote betrokkenheid. Het aandeel dat na een editie zegt volgende keer weer mee te doen ligt al jaren rond de 93%. Exposanten haken alleen af omdat ze te oud worden, ze geen geld hebben of omdat hun niveau niet meer voldoet. Na twee zeer goede jaren in 2021 en 2022 is de markt nu wat afgezwakt. Er moet harder worden gewerkt om kunst te verkopen in een wereld die wordt gekenmerkt door geopolitieke onrust en onzekerheid.”

Gevoel van gedeeld eigenaarschap is ook de basis van NAP+, de beurs die galeriehouders Sara Lang (Lang Art) en David van Doesburg (Stigter Van Doesburg) in 2024 voor het eerst organiseerden. “Wij wilden een beurs waar iets te ontdekken valt en een funky sfeer hangt, weg van de hysterische nadruk op verkoop, het tegen elkaar opbieden en die constante herhaling van zetten”, stelt Van Doesburg en Lang vult aan: “We hebben er zelf als galeriehouders ook aan meegedaan. De tarieven voor deelname waren zodanig gestegen zonder dat de markt was meegegroeiwd waardoor je veilig speelt en meeneemt waarvan je zeker weet dat het verkoopt. Elke beursdeelname kan immers het faillissement van de galerie betekenen.”

Die druk is bij NAP+ voor een heel belangrijk deel weggenomen. Iedere deelnemer betaalt hetzelfde lage bedrag - €3500 - voor exact hetzelfde formaat stand. De organisatie is lean en mean. Pas sinds de derde editie is er één productiemedewerker in dienst, voor één dag in de week. De PR doen de organisatoren allemaal zelf. De standbouw is hoogwaardig maar efficiënt: vier wanden die samen een kruis vormen, waardoor vier exposanten ieder twee wanden tot hun beschikking hebben. Met de eigenaren van de locatie - eerst in een voormalige garageshowroom op een industrieterrein in Amsterdam West, daarna in De Centrale Markthal - is een voordelige deal gesloten. “Door die lage kosten is het mogelijk jonge of vergeten kunst te brengen, zelfs onverkoopbaar geacht werk”, stelt van Doesburg. “Er ligt minder druk op galeriehouders en bezoekers pikken die ontspannen sfeer meteen op.”

MUSEALE BEURS

Na de eerste keer rondvragen in de directe omgeving hebben de organisatoren van NAP+ nooit echt aan werving gedaan. Positieve ervaringen worden verder verteld en leiden tot een zwaan-kleef-aan-effect dat bij de laatste editie zelfs drie galeries uit Londen had bereikt. Maar de focus blijft nationaal, om niet te zeggen regionaal. “Logisch ook”, vindt Van Doesburg. “Dat scheelt in transport, wat niet alleen de kosten drukt maar beter is voor het milieu.”

Regionalisering van beurzen is een trend die The Observer ook signaleerde. Verzamelaars en galeriehouders zijn niet meer zo happig op constant reizen en zoeken het liever dichtbij huis. Een extreem voorbeeld op Nederlandse schaal is Art Noord dat sinds 2017 wordt georganiseerd in en door Museum Belvédère in het Friese Oranjewoud. “Wij deden en doen al heel veel voor onze kunstenaars, maar wilden met Art Noord ook het commerciële circuit in Noord-Nederland steun bieden - galeries die niet altijd de mogelijkheden hebben om op beurzen elders te opereren”, vertelt Han Steenbruggen, directeur-conservator van het museum. “De eerste editie was een gok maar de formule sloeg meteen aan. Het aantal deelnemers schommelt tussen de zestien en achttien. We trekken gemiddeld zo’n 2500 bezoekers in vier dagen. Ik had in eerste

instantie kritiek verwacht, dat we ons als museum niet in zulk commercieel vaarwater moesten begeven, maar Art Noord wordt juist toegejuicht als vorm van cultureel ondernemerschap. Wij opereren vanuit de ideële gedachte dat een gezond cultureel ecosysteem is gebaat bij musea die regionale kunst presenteren, galeries die het aanbieden, verzamelaars die het kopen en kunstenaars die ervan profiteren.”

Het grootste voordeel van Art Noord is dat de twee grootste kostenposten voor kunstbeurzen – locatiehuur en standbouw – hier niet van toepassing zijn. Daardoor kan het tarief voor deelname op €2000 worden gehouden. “Het museum krijgt inkomsten door kaartverkoop”, zegt Steenbruggen. “Maar belangrijker nog is de goodwill die we kweken met deze beurs. Art Noord heeft ons al verschillende nieuwe donateurs opgeleverd. Normaliter doe ik dingen één keer en als ze succesvol zijn misschien nog een keer – dan weten we het wel. Maar Art Noord heeft nu acht edities gehad en we gaan gewoon door.”

UITSTERVENDE CONNAISSEUR-COLLECTIONEUR

In persberichten schermen beurzen vaak met bezoekersaantallen, vooral als er weer eens een record is gebroken. Maar iedere beursdeelnemer weet dat het niet gaat om hoeveel bezoekers er komen maar wie. Je hebt liever één verzamelaar in je stand met een gerede kans dat die iets wil kopen dan een lange stoet dagjesmensen die alleen kijken – en soms niet eens dat, maar de beurs behandelen als decor van een uitje.

“Marc Spiegler, de toenmalige directeur van Art Basel, zei in 2015 al dat de connaisseur-collectioneur een uitstervende soort is”, stelt Hof. “Oude collectioneurs zijn aan het ontzamen en worden niet vervangen. Wel zijn er veel cultureel geïnteresseerden, maar die kopen misschien zes of zeven werken in plaats van honderd. Aankopen zijn ook vaker functioneel, bijvoorbeeld voor de lobby van een bedrijf. Galeriehouders moeten zich aanpassen aan die veranderende markt.”

Desalniettemin blijft de VIP-opening een belangrijk moment tijdens kunstbeurzen om contact te maken met potentieel koperspubliek. “Drank en hapjes zijn gratis en van hoog niveau”, vertelt Lang. “Wij zijn heel streng op de catering, juist omdat die bij andere beurzen vaak ondermaats en duur is. Bij ons kost een glas wijn geen €8 en betaal je voor bier gewoon €3,50. De cateraar kan het aanbieden voor die prijs omdat wij naast kosten voor stroom niets in rekening brengen. Maar wij bepalen wat er geschonken wordt.”

Randprogrammering is een andere manier om je als beurs te onderscheiden. Zo biedt Art Noord onder de titel Afslag BLV ruimte aan jonge makers. De KunstRAI organiseert lezingen en rondleidingen. “Liefst iedere dag”, volgens Lisa van de Weerthof, die vorig jaar het directeursstokje overnam van Erik Hermida. “Maar het vraagt wel wat van de organisatie en financieel. Daarom proberen wij zoveel mogelijk te regelen via slimme barters en partnerships, bijvoorbeeld met de Collectors Circle. Voorheen organiseerden we na sluiting van de beurs een diner voor deelnemers maar dat werd te duur en zouden we moeten gaan doorberekenen. Daar zijn we dus mee gestopt. We zijn continu op zoek naar sponsors en partners, meer nog om de doelgroep die ze meebrengen dan om het geld. Maar vrijwel geen enkel bedrijf wil zich voor meer dan

een jaar vastleggen en er gaat veel tijd in sponsorwerving zitten.” De PAN heeft de afgelopen jaren een compleet lezingenprogramma, PAN Podium, opgetuigd om nieuw publiek te trekken. “Ons publiek bestond uit de spreekwoordelijke rode broeken uit het Gooi, maar nu ons aanbod vijftig procent modern en hedendaags is, is het beeld diverser”, stelt beursdirecteur Grol. “De podcast die Splinter Chabot maakt voor de beurs spreekt jongeren aan. Daarnaast nodigen we bijvoorbeeld De Jonge Balie uit, een vereniging van juristen aan het begin van hun carrière. Ik was er eerst sceptisch over, dacht dat ze alleen kwamen borrelen, maar ze komen echt voor de inhoud. Wij geven steeds minder geld uit aan gratis drankjes. Een inhoudelijk verhaal is veel belangrijker en effectiever om het waakvlammetje van de kunstliefde op te stoken.”

“Er zijn anderhalf miljoen museumkaarthouders in Nederland, daar zitten zeker potentiële kunstkopers tussen”, is de overtuiging van Art Rotterdam-directeur Hof. “Ze moeten wel gericht worden aangesproken, met een heldere boodschap. Zo adviseren wij galeriehouders die gebruik maken van Gallery Viewer om precieze bedragen te vermelden, geen prijsklasse. Daarmee overtuig je incidentele kopers die anders vooral naar beurzen komen voor de experience. Het is onze uitdaging om van kunstkopen een ervaring te maken.”

GROEI GEEN DOEL

In de maanden in aanloop naar de beurs krijgt de PAN soms wel dertig aanmeldingen van galleries en kunsthandels die graag willen meedoen. “Slechts weinigen passen in ons format en we wijzen veel af”, stelt Grol, die 125 deelnemers nu beschouwt als het maximum. “We willen alleen groeien als dat kan met behoud van kwaliteit. De PAN is onderscheidend door de mix van antiek, oude en nieuwe kunst. Er is in het deelnemersveld bovendien beperkte overlap met andere beurzen.”

Ook voor NAP+ is expansie geen doel. Lang: “We hebben nu 42 deelnemers en groeien door tot hooguit vijftig. NAP+ moet een beurs blijven waar iedereen tot z’n recht komt en niemand zich vulling voelt, zoals op sommige andere beurzen het geval is. We hebben voor nog twee jaar een overeenkomst met De Centrale Markthal. Ons businessmodel is gemaakt voor vijf jaar. Daarna kijken we of en hoe we verdergaan. Ondertussen doen we er ook dingen naast. Zo lanceren we dit jaar een galerieguides met het jaarprogramma van de deelnemende Amsterdamse galleries.”

In Oranjewoud twijfelt museumdirecteur Steenbruggen soms of de oorspronkelijke motivatie voor het oprichten van Art Noord nog geldig is. “Er zijn de afgelopen jaren flink wat galleries in het noorden gestopt. We hebben op de beurs altijd een paar deelnemers uit de Randstad toegelaten, maar de nadruk moet blijven liggen op het lokale aanbod. Het is natuurlijk de vraag waar de grens ligt en bij hoeveel galleries van elders Art Noord niet meer echt noordelijk kan worden genoemd.”

BLIJVEN SLEUTELN

Reguliere beurzen krijgen op de kalender steeds meer gezelschap van kunstenaarsbeurzen als Unfair, Photography Art Fair en This Art Fair. Ook zijn er beurzen gericht op één specifiek medium, zoals Art on Paper, het inmiddels ter ziele Amsterdam Drawing of de eenmalig gehouden keramiekbeurs in Amsterdam Noord. KunstRAI-directeur Van de Weerthof vindt het geen concurrentie. "Kunstenaarsbeurzen vormen vaak het startpunt van een kunstenaarscarrière. Maar de meeste kopers komen toch liever bij galleries. Hun selectie geldt als kwaliteitsstempel." NAP+ vindt plaats gelijktijdig met Unfair en dat vinden de beursorganisatoren geen enkel probleem. Sterker nog, er wordt samengewerkt. "We organiseren speeddates tussen kunstenaars en galeriehouders", vertelt van Doesburg. "Al die evenementen versterken elkaar alleen maar."

In Nederland staan geen beurzen op omvallen, het angstbeeld dat The Observer schetst, maar het blijft zaak om scherp te blijven. "Dat wij trouwe exposanten hebben is natuurlijk fijn voor de continuïteit van de PAN, maar heeft herhaling als nadeel", constateert Grol. "We proberen er wat variatie in te brengen met nieuwe formats. Zo zijn we vier jaar geleden begonnen met Walls & Cabinets, acht stands van twintig vierkante meter waar nieuwkomers eenmalig voor iets minder dan €10.000 kunnen staan. Dat levert een heel diverse toevoeging op, van Japanse zwaarden tot fossielen. En veel van die deelnemers stromen door naar een reguliere stand."

"Ook wij blijven sleutelen aan het model", valt Van de Weerthof bij. "Vooral aan de standbouw, de grootste kostenpost. We hebben voor de 2026-editie een zigzag-patroon geïntroduceerd, waarbij deelnemers twee in plaats van drie wanden krijgen en dus minder betalen. Ook hebben we nieuwe gecureerde secties, bijvoorbeeld eentje gewijd aan collectible design."

KunstRAI neemt daarnaast de plattegrond steeds weer onder de loep. Want er heerst misschien geen fair fatigue in Nederland, een beursbezoek op zichzelf kan heel vermoeiend zijn. "En als bezoekers moe worden, daalt de concentratie en interesse", weet Van der Weerthof. "We plaatsen daarom op strategische plekken zitgelegenheden en horeca. Zodat bezoekers ook op het einde van hun bezoek nog energie overhebben voor een verrassing in de laatste stand."



NIEUWE DEUREN OPENEN ZICH

Een groeiend aantal galleries viert een 30- of zelfs 40-jarig jubileum maar zal in de nabije toekomst stoppen. Gelukkig is er nieuwe aanwas. De volgende generatie galeristen verschilt qua achtergrond van hun voorgangers en pakt de dingen anders aan. Ze zoeken naar alternatieve manieren om zich te onderscheiden en vinden hun kunstenaars en klanten via andere kanalen. De ambities zijn onverminderd groot, maar er zijn ook twijfels over de houdbaarheid van het bestaande galerie-en-beurzen-model.

Het is een standaardverhaal dat docenten in het eerste jaar van de kunstacademie afsteken: van deze lichting zullen er vijf doorgaan als professioneel kunstenaar en eentje echt kunnen leven van de kunst. Aan deze woorden moest Paul van Gemen denken toen hij na zijn afstuderen aan de Hogeschool voor de Kunsten in Utrecht twee jaar lang probeerde poot aan de grond te krijgen als illustrator. "Het zoog de levenslust uit me", erkent hij. "Ik wilde wel actief blijven in de kunstwereld maar niet de rest van mijn leven moeten worstelen. Dus ben ik me gaan verdiepen in de verkoopkant."

Samen met Christina Voulgari, ook HKU-alumnus, deed Van Gemen tijdens de coronaperiode een onlinecursus bij Sotheby's, waar ze van alles leerden over beursdeelname, logistiek en het samenstellen van een tentoonstellingsprogramma. Hij liep stage bij Galerie Ron Mandos en fotografiegalerie Bildhalle. In 2021 waagden Voulgari en Van Gemen de stap en begonnen ze Enari Gallery.

Ook Arnoud van Mosselveld is via het kunstenaarschap de galeriewereld ingerold. Maar hij had daarvoor nog een andere carrière, als jurist. Met Marcel Lebon, een bevriend econoom, besloot hij een verkooptentoonstelling te houden in de grote industriële ruimte naast zijn atelier. "Die twee weekenden waren zo succesvol dat we in 2018 Moving Gallery oprichtten. De naam verwijst naar de grote kans dat we eigenlijk meteen alweer moesten verhuizen, wat tot op heden overigens nog niet gebeurd is."

Miranda Geelhoed en Joris Veltman, respectievelijk eigenaar en vaste curator van Yellow Gallery in Leiden, hebben weer een volledig andere route afgelegd. Zij werken beide als longarts. "Ik heb zelf een grote kunstverzameling en Jantien Herfst, mede-eigenaar van de galerie, heeft een achtergrond in sales en IT. Plus een grote passie voor kunst", vertelt Geelhoed. "Zij kwam bij veel mensen over de vloer die het lastig vonden zelf te bepalen wat ze moesten kopen. Toen is het idee van Yellow Gallery ontstaan. In 2024 organiseerden we onze eerste tentoonstelling."

Al veel langer draait Lenny Oosterwijk mee. De Rotterdammer is van huis uit fotograaf en art director, maar kocht in 2011 een huis met iets meer ruimte dan hij eigenlijk nodig had. Gallery Untitled was geboren. "Vanuit mijn professionele netwerk kende ik veel schrijvers en muzikanten, dus ben ik de verschillende disciplines gaan verbinden. Eén keer per maand bouwde ik een podium in de woonkamer en waren er optredens. Bezoekers kochten de kunst die aan de wanden hing."

STEEDS MINDER AA-LOCATIE

Oosterwijk heeft zijn galerie inmiddels het huis uit gezet. Gallery Untitled is nu gehuisvest in een voormalig schoolgebouw in Rotterdam Noord en geldt met een oppervlak van 350 vierkante meter als grootste galerie in de stad. "Ik heb die ruimte nodig want mijn stal dijt uit", stelt Oosterwijk. "Ik ben goed in groeien en minder goed in snoeien. Op dit moment kan ik er echt geen kunstenaars meer bij hebben."

De nieuwe locatie van Untitled, buiten het centrum en niet in de buurt van andere galeries of culturele instellingen, is typerend voor een groot deel van de hedendaagse galeriesector. Een duur betaald pand in de binnenstad is geen must meer nu steeds minder kunstliefhebbers regelmatig 'een rondje galeries' doen. Van argeloze binnenlopers die zich tot kopers ontpoppen heeft de sector het nooit moeten hebben, maar galeries zijn steeds meer destination stores geworden waar bezoek heel gericht heen gaat.

"Negen van de tien bezoekers zijn bekenden van de galerie", bevestigt Van Mosselveld. Zijn Moving Gallery zit in een wijk net buiten het centrum van Utrecht, in een rustige zijstraat bovendien. Daar kom je niet snel als je de galerie niet kent. "En Utrecht is geen makkelijke stad voor beeldende kunst. We hebben hier drie, vier serieuze galeries en daarmee heb je niet een echt ecosysteem. Maar gelukkig groeit de groep die ons desondanks toch weet te vinden, mede door beursdeelnames."

Enari Gallery, daarentegen, koos heel bewust voor een plek 'in de loop' van de drukke Utrechtsestraat, in het centrum van Amsterdam maar buiten de Jordaan waar de meeste galeries zitten. Die locatiekeuze onderstreept het eigenwijze karakter van de oprichters, maar na weer een huurverhoging hebben ze besloten te verhuizen. "We gaan naar een pand in de buurt van de Overtoom", vertelt Voulgari. "De ruimte is daar kleiner en goedkoper, maar de opslag is groter en het transport is een stuk eenvoudiger. Met het geld dat we uitsparen kunnen we een buffer opbouwen en weer andere dingen doen."

Voor Yellow Gallery is de locatie juist een troef. De galerie zit in een stadskasteeltje in hartje Leiden. "Een bezoek aan de galerie is daarmee een totaalervaring, waarin kunst, historie en ontmoeting samenkomen", volgens Veltman. Geelhoed licht verder toe: "Leiden kent een rijk cultureel landschap, maar er liggen nog kansen om hedendaagse kunst zichtbaarder te maken. Daarom zoeken we actief samenwerking en kruisbestuiving met andere culturele instellingen in de stad, zoals Museum De Lakenhal."

NEW YORKSE LOFTSCENE ALS VOORBEELD

Yellow Gallery hanteert een heel gerichte en persoonlijke benadering van potentiële klanten, die voor een deel uit het artsennetwerk komen. "We organiseren zes tentoonstellingen per jaar", vertelt Geelhoed. "Het openingsweekend duurt drie dagen, van vrijdag tot en met zondag, en daarna is de galerie alleen open op afspraak. Zo houden we het bezoek geclusterd en wordt het bezoeken van de expositie iets waar onze vaste verzamelaars naar uit kijken. Gedurende die drie dagen zijn er rondleidingen en geven de kunstenaars toelichting op hun werk. Die zondagsopening is heel belangrijk omdat veel mensen met hun gezin komen en ze op zaterdag op het hockeyveld staan of boodschappen doen."

Door de ligging van de galerie aan een populaire fietsroute merken we dat veel jonge gezinnen het juist heel leuk vinden om op zondagmiddag nog even langs te komen.”

Oosterwijk heeft zijn interdisciplinaire mengstrategie uit het begin doorgezet en aangescherpt. Zijn uitnodigingsbeleid stemt hij tegenwoordig af op de kunstenaar en het onderwerp van de tentoonstelling. “Voor een lezing van een straatarts krijg ik zo tachtig aanmeldingen”, vertelt hij. “Ik opereer een beetje zoals de New Yorkse lofts in de jaren ’70. De evenementen werken als smeermiddel voor de kunstverkoop.”

Moving Gallery promoot zijn tentoonstellingen met posters en fysieke post. “Die posters worden sinds het begin gemaakt door Max Kisman, die bekend is van zijn werk voor onder andere De Volkskrant en VPRO”, vertelt Van Mosselveld. “Daarmee dragen we onze identiteit uit als enige Nederlandse galerie die – naast de meer gangbare kunstvormen – gespecialiseerd is in illustraties. Een paar jaar geleden zijn we begonnen met de verkoop van edities en die lopen goed. Onze volgende stap is een winkelmandje op de website zodat er ook online kan worden gekocht.”

Enari Gallery onderscheidt zich met een vrijwel volledig internationaal aanbod. “Onlangs hadden we voor de tweede keer een Nederlandse kunstenaar”, vertelt Van Gemen. “Nederlandse verzamelaars weten ons inmiddels te vinden, maar het merendeel van onze verkoop is aan buitenlanders. We deden mee aan de Can Art Fair op Ibiza en de kunstbeurs van Athene maar onze focus ligt op de Verenigde Staten, waar we Expo Chicago hebben gedaan en in 2027 op de beurs van Houston staan. In eigen land ben je een van de vele Nederlandse galeries, daar ben je iets exotisch en daarom interessant. We verkopen goed en de kosten zijn vergelijkbaar met deelname aan Art Rotterdam.”

Maar Van Gemen voelt ook de druk van gestegen gasprijzen en inflatie. “Je kunt wel veel oplossen door slim om te springen met logistiek”, vindt hij. “Soms combineren we transport met collega-galeries en een werk dat naar Duitsland moet, breng ik gewoon zelf weg.”

MADONNA IN ATELIER

Anders dan veel Amsterdamse galeries vist Enari Gallery bewust niet in de vijver van de Rijksakademie en De Ateliers. “Instagram was in het begin onze belangrijkste kanaal om nieuwe kunstenaars te vinden, maar nu regelen we veel via ons internationale netwerk van kunstenaars en galeries”, vertelt Voulgari. En Van Gemen vult aan: “Voor de tentoonstelling Material Girl bijvoorbeeld hebben we twee kunstenaars in Londen gevraagd of zij nog mensen wisten die in het thema zouden passen. Er zijn veel kunstenaars die niet worden gerepresenteerd door een galerie maar wel een publiek bereiken omdat ze veel volgers hebben op social media. Die zijn interessant voor ons.”

Van Mosselveld (Moving Gallery) doet zijn meeste scoutwerk nog ‘ouderwets’ op afstudeertentoonstellingen, maar maakt ook gebruik van Instagram. “Ons profiel is ondertussen veel breder dan illustratie”, stelt hij. “Onze andere exposities lopen ondertussen ook heel goed. Zowel afstudeerders als gevestigde kunstenaars uit allerlei disciplines willen graag bij ons exposeren. Maar soms komen wij er gewoon niet tussen omdat we te klein zijn. Dat gebeurde bijvoorbeeld met Joline Kwakkenbos,

die hier in de buurt opgroeide maar inmiddels een residency doet bij Tracey Emin en laatst Madonna in haar atelier had.”

Ook bij Gallery Untitled ligt de nadruk niet op hardcore autonome kunst. “Ons aanbod is eclectisch”, stelt Oosterwijk. “Verschillende disciplines komen aan bod maar de nadruk ligt vaak op het ambachtelijke. Een goed voorbeeld is Carlijn Kingma, die complexe systemen vastlegt in zeer gedetailleerde tekeningen. Zij twijfelt of zij zichzelf kunstenaar moet noemen. Ze prefereert cartograaf.”

Veltman van Yellow Gallery volgt de kunstenaars die hij voor een tentoonstelling uitnodigt vaak al jaren. “We hebben nu zes kunstenaars vast in de galerie en met een aantal hebben we al meerdere keren samengewerkt. Ook werken we veel met gastkunstenaars. We zijn er niet op uit om kunstenaars heel jong vast te leggen maar willen eerst een band opbouwen. We maken inhoudelijk hoogwaardige exposities, publicaties en catalogi te maken en bieden jonge kunstenaars de kans om samen met meer gerenommeerde kunstenaars te exposeren. Deze ontwikkeling is cruciaal voor de verdere groei van de kunstenaar, de opbouw van een sterk, toekomstbestendig CV en draagt bij aan een duurzame positie in het veld. Tegelijk versterkt dit het vertrouwen van verzamelaars, omdat zij weten dat zij investeren in werk met kwaliteit en toekomstwaarde”.

PERMANENTE BEURS

“Wij willen met onze kunstenaars doorgroeien, liefst zo organisch mogelijk”, zegt Geelhoed van Yellow Gallery. “En daar horen zeker ook internationale beurzen bij. Liever dan de galerie meer dagen per week openen, zou ik meedoen aan Art Cologne, Art Brussels en uiteindelijk natuurlijk Art Basel. Als wij daar staan – hopelijk over vijf jaar – zijn we weer interessanter voor meer gevestigde kunstenaars die hun werk in het buitenland willen tonen. En het geeft de galerie de kans ook een internationaler profiel aan te nemen. We zouden het erg leuk vinden om buitenlandse kunstenaars waar we zelf erg enthousiast over zijn, naar Nederland te halen.”

Ook de beurskalender van Enari Gallery is goed gevuld, maar de hoogste prioriteit op dit moment is het openen van een satellietgalerie in Athene, waar Voulgari nu al een deel van het jaar woont. “Er is daar een nieuw fenomeen ontstaan: kleine tentoonstellingsruimtes in appartementen. Dat is een stuk intiemer dan een klassieke white cube-galerie. Met een tweede locatie – Amsterdam blijft het vlaggenschip – kunnen we ons programma uitbreiden. Bovendien opent het deuren bij high profile beurzen als je kunt aantonen dat je actief bent in twee landen.”

Moving Gallery opereert op een iets lager tempo maar timmert ook stevig aan de weg. De Utrechtse galerie nam vier keer deel aan Art on Paper in Amsterdam, was in 2026 voor het eerst te zien op Art Rotterdam en neemt sinds 2022 deel aan Paper Positions in Berlijn. “Hoewel we tot nu toe altijd goed verkocht hebben op beurzen hou je er na alle kosten - afgezien van een paar uitschieters - niet echt veel aan over”, constateert Van Mosselveld. “Laat ik het zo zeggen; rijk worden we niet van het runnen van de galerie. Blij wel.”

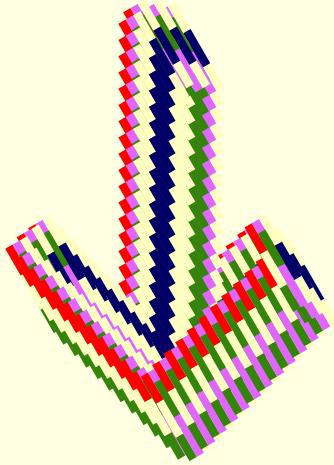
Ook Oosterwijk van Gallery Untitled, die deelneemt aan acht beurzen per jaar, hekelt de hoge kosten voor beursdeelname. “Vijf dagen 50 vierkante

meter huren op de KunstRAI kost me €16.000 terwijl mijn galerie van 350 vierkante meter €30.0000 kost voor een heel jaar. De balans is zoek en de marges worden steeds smaller. Dat zorgt voor stress. Voor veel galeries luidt de noodklok."

Hij heeft ook nagedacht over een oplossing, die misschien onorthodox klinkt maar misschien niet zo gek is. "Ik betaal jaarlijks een ton aan beursdeelname", stelt Oosterwijk. "Als ik dat nou samen met andere galeriehouders en beursorganisatoren in een pand stop op een strategisch gelegen plek. Horeca erbij en je hebt een soort permanente beurs. Maar dan moeten we dat wel collectief aanpakken - galeriehouders, kunstenaars en beursorganisaties samen."

SAMUEL
STING

GALERIES



VERGRIJZING EN VERJONGING

De Nederlandse galeriesector vergrijst. Bijna vier op de tien galeries draait al langer dan een kwart eeuw mee en zal naar verwachting binnen enkele jaren ophouden te bestaan. Er staat echter een volgende generatie klaar om de 'verweesde' kunstenaars op te vangen en kunstliefhebbers te bedienen. De aanwas is niet zo uitbundig als in de periode voor 2017 maar de afgelopen vijf jaar openden meer nieuwe galeries hun deuren dan in de periode 2017-2021.

De nieuwkomers ontplooiën vaak extra activiteiten om publiek te trekken, zoals speciale openingsweekenden, optredens en rondleidingen. Ze zijn minder vaak gevestigd op AA-locaties en richten zich sterk op beursdeelname, hoewel er zorgen zijn over de hoge kosten.

FEMINISERING VAN KLASSIEK GALERIEMODEL

Het merendeel van de galeries, 89% maar liefst, is van het klassieke soort, met een fysieke locatie en vaste openingstijden. Het aandeel pop-up galeries en galeries dat zich alleen online en/of op beurzen manifesteert, is licht gestegen. Galeriestichtingen worden in toenemende mate gerund door vrouwen. In 2025 was een derde van de galeristen vrouw. De toenemende feminisering van de sector is een internationale trend.

MINDER VIERKANTE METERS, MEER EENMANSZAKEN

De gestegen huren, materiaalprijzen, inflatie en loonkosten laten zich gelden in de galeriesector. Hoewel bijna driekwart van de galeries beschikt over 100m² of meer is het aantal heel grote galeries afgenomen en het aandeel kleine ruimtes toegenomen. Het totale aantal mensen werkzaam bij galeries daalde de afgelopen vier jaar met 17% en het aantal fulltime banen ging zelfs met 33% omlaag. Het aantal eenmansbedrijven is toegenomen van 34% in 2016 tot 49% in 2024.

BEZOEKERSAANTALLEN TERUG OP PRE-CORONANIVEAU

Door lockdowns en andere beperkende maatregelen zakte het galeriebezoek in de coronaperiode naar een ongekend laag niveau. In 2024 lag het gemiddelde aantal bezoekers op 98 per maand, wat vergelijkbaar is met de cijfers van het pre-coronajaar 2019.

DIGITALISERING ZET GEDEELTELIJK DOOR

Klantcontact verloopt in toenemende mate digitaal, een trend die is versneld door de coronaperiode. De mogelijkheden om online kunst te kopen zijn toegenomen. In 2025 biedt 12% van de galeries de mogelijkheid om via de website werk aan te schaffen. De online verkoop, die tijdens corona sterk toenam, is echter niet gegroeid. In 2024 lag de online verkoop op 16%, net iets hoger dan in 2019 (15%). De galerie en kunstbeurzen blijven de belangrijkste verkoopkanalen.

MIDDENSEGMENT GROEIT

Het aantal galeries met een omzet lager dan €25.000 is tussen 2016 en 2024 gedaald van 19% tot 6%. Het topsegment, met een omzet boven de half miljoen euro, blijft min of meer gelijk. De categorie galeries met een omzet tussen €150.000 en €500.000 is aanzienlijk gegroeid: van 31% in 2020 tot 42% in 2024.

REËLE OMZET NIET GESTEGEN SINDS 2016

Als er niet wordt gecorrigeerd voor inflatie dan is de omzet van galeries ieder jaar gestegen. Met correctie voor inflatie ziet de omzetontwikkeling er minder gunstig uit. De reële omzet is sinds 2016 niet meer gestegen. Uitgaande van de gemiddelde nominale omzet van € 326.758 in 2025 komt de gezamenlijke omzet van alle 456 Nederlandse galeries op afgerond €150 miljoen per jaar.

Behalve met gestageneerde inkomsten hebben galeries te maken met gestegen kosten voor onder meer personeel, transport en productiemateriaal. Deze kosten worden ondervangen door te snijden in het personeelsbestand. Daarmee is de productiviteit (de omzet per fte) van de galeriesector gestegen.

VOORZICHTIGE UITBREIDING NAAR SECUNDAIRE MARKT

Een groeiende groep galeriehouders begeeft zich op de secundaire markt en verhandelt kunst die een eerdere eigenaar heeft gehad. Die ontwikkeling is grotendeels het gevolg van het grootschalig ontzamen door de babyboomgeneratie, die haar bezit niet kan of wil verkopen via veilinghuizen.

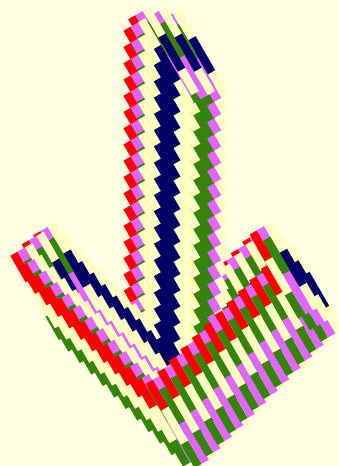
ANTI-WITWAS-WETGEVING EN ONZEKERHEID OVER BTW

Galeries hebben over het algemeen weinig last van de anti-witwas-wetgeving die in 2020 van kracht werd en kunstverkopers verplicht de identiteit en financiële zuiverheid van kopers te controleren. Het zwabberende beleid op het gebied van BTW wordt als veel storender ervaren.

GALLERY FAIR PRACTICE CODE BREED OMARMED

In 2021 stelde de Nederlandse Galerie Associatie een eigen Gallery Fair Practice Code (GFPC) op in navolging van de algemene Fair Practice Code. De code bestaat uit een aantal regels die NGA-leden geacht worden te volgen in hun relatie met kunstenaars. Van alle Nederlandse galeries onderschrijft 65% de code.

BEURZEN



BEURZEN STEEDS BELANGRIJKER

Het belang van kunstbeurzen als platform om contacten te onderhouden met klanten en kunst te verkopen is toegenomen. Deelname aan nationale beurzen ging tussen 2016 en 2024 omhoog van gemiddeld 1,8 naar 2,2. Drie op de tien galeries haalde in 2024 de helft of meer van z'n omzet op Nederlandse beurzen, terwijl dat in 2019 nog 17% was. Voor buitenlandse beurzen geldt dat 10% in 2024 de helft of meer van de jaaromzet daar haalde, versus 9% in 2019.

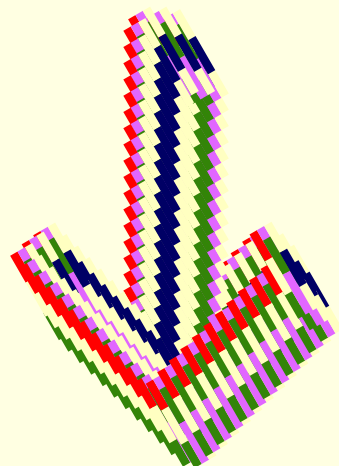
GROEI GEEN DOEL VOOR BEURZEN

Beurzen proberen een nieuw – liefst jong – publiek te trekken door speciale activiteiten te ontplooiën, zoals lezingen, presentaties van nieuw talent en samenwerkingen met verzamelaarsclubs. De meeste Nederlandse beurzen zien groei van het deelnemersaantal niet als doel en zetten in op kwalitatieve verbetering van het deelnemersveld.

DEELNAME AAN BUITENLANDSE BEURZEN NEEMT TOE

Deelname aan buitenlandse kunstbeurzen zit al jaren in de lift. Het aandeel galeries dat deelneemt aan een of meerdere beurzen in een ander land is gestegen van 35% in 2016 tot 51% in 2024. De subsidie die galeries bij het Mondriaan Fonds kunnen aanvragen voor een deel van de kosten speelt hierbij een rol.

KOPERS



KOPERS GEVEN MEER UIT

Steeds meer incidentele kopers ontwikkelen zich tot seriële kopers. De helft van de kunstkopers heeft in de afgelopen vier jaar zes of meer werken gekocht. Dat segment maakte eerder nog 39% van het totaal uit. Net als het aantal aankopen is ook de gemiddelde besteding aan kunst gestegen van €5.160 in 2021 tot €6.602 in 2025. Zonder rekening te houden met inflatie is dat een groei van 28%. Met correctie voor inflatie komt de groei uit op 5%.

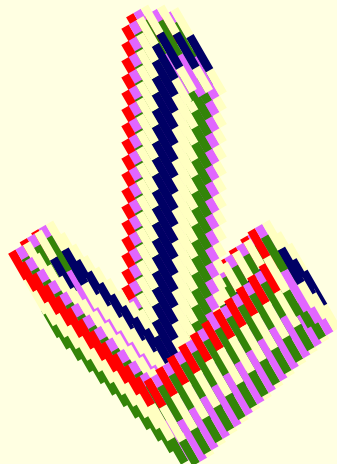
EINDE KUNSTKOOP SCHAADT VERKOOP

De Kunstkoop-regeling, waarmee kunstaankopen konden worden gefinancierd met een renteloze lening die in 36 termijnen werd afgelost, is in 2024 gestopt. Voor 21% van de galleries die de betalingsregeling voorheen aanboden, betekent het verlies van de KunstKoop een substantiële omzetsdaling. Veel galleries (84%) bieden nu een eigen financieringsregeling aan, of deden dit al. Een vijfde van de kopers zegt minder kunst aan te schaffen door het wegvallen van de Kunstkoop-regeling.

GEMATIGD OPTIMISME RICHTING TOEKOMST

Het optimisme dat in 2021 nog heerste in de galeriesector is wat afgenomen. Een derde verwacht dat de omzet zal krimpen. Ook onder kunstkopers zijn de verwachtingen voor de toekomst niet onverdeeld positief. Ruim zeven op de tien kunstkopers verwacht de komende jaren even veel of meer kunst te kopen. Ruim een kwart denkt minder vaak tot aanschaf over te gaan.

KUNSTENAARS



KUNSTENAARS VANGEN FINANCIËLE ONZEKERHEID OP MET BIJBANEN

Toegang tot de markt – via tentoonstellingen in de galerie en presentaties op beurzen – is de belangrijkste reden voor kunstenaars om vertegenwoordiging te zoeken. Verkoop is echter zelden constant. Veel kunstenaars hebben daarom een bijbaan. Vooral betrekkingen in het kunstonderwijs zijn gangbaar. Een klein aantal kunstenaars wordt vertegenwoordigd door meer dan één galerie, meestal één Nederlandse en de rest in het buitenland.

VERKOOP EN FEEDBACK

Kunstenaars verwachten primair van hun galeriehouder dat hij hun werk verkoopt en onder de aandacht brengt van curatoren of andere professionals, zodat het zichtbaar is. Een deel van de kunstenaars waardeert het als hun galeriehouder regelmatig op atelierbezoek komt en inhoudelijke feedback geeft. Ook het contact met collega-kunstenaars binnen de galerie wordt hoog aangeslagen. Met hen wordt vooral praktische informatie uitgewisseld.

KUNSTENAARS ONTPLOOIEN EIGEN INITIATIEF

Kunstenaars weten dat ze binnen een galerie ruwweg één keer in de twee jaar een tentoonstelling krijgen en dat de aandacht van de galeriehouder gedeeld moet worden met anderen. Zij ontplooiën daarom regelmatig eigen initiatieven, zoals atelierbezoeken voor verzamelaars. Om de relatie transparant te houden, worden dan afspraken gemaakt over het al dan niet afdragen van het 'galeriedeel' (doorgaans 50%) bij verkoop.

ANGELS

SONNATA

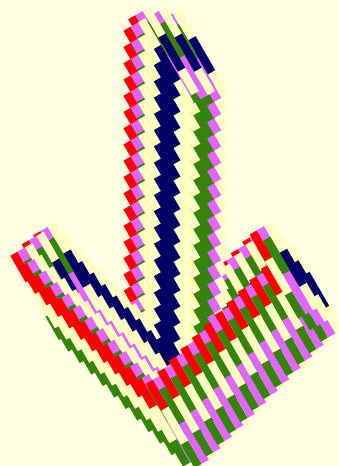
ARV

BACKGROUND OF THE REPORT

Since 2007 the Dutch Gallery Association has been commissioning research into the art market. The latest in this series of studies took place in 2021 and focused on the effects of the pandemic and the resulting lockdowns. This time, the research examined, among other things, the extent to which galleries have returned to pre-pandemic levels.

The research comprised a survey of 74 galleries and 152 art buyers. In addition, interviews were conducted with galleries, fair organisers and, for the first time, artists. Below you can find the key findings of this study.

GALLERIES



AGEING AND RENEWAL

The Dutch gallery sector is ageing. Almost four in ten galleries have been in operation for more than a quarter of a century and are expected to cease trading within a few years. However, the next generation is ready to take on the 'orphaned' artists and serve art lovers. The growth is not as exuberant as it was in the period prior to 2017, but more new galleries opened their doors in the past five years than in the period 2017–2021.

The newcomers often organise additional activities to attract visitors, such as special opening weekends, performances and guided tours. They are less likely to be located in prime locations and focus heavily on participating in art fairs, although there are concerns about the high costs.

FEMINISATION OF THE TRADITIONAL GALLERY MODEL

The majority of galleries, as many as 89%, are of the traditional type, with a physical location and fixed opening hours. The proportion of pop-up galleries and galleries that operate solely online and/or at art fairs has risen slightly. Galleries are increasingly run by women. By 2025, a third of gallery owners were women. The increasing feminisation of the sector is an international trend.

FEWER SQUARE METERS, MORE SOLE TRADERS

Rising rents, material costs, inflation and labour costs are making their mark on the gallery sector. Although nearly three-quarters of galleries have 100 m² or more, the number of very large galleries has decreased, and the proportion of small spaces has increased. The total number of people employed in galleries fell by 17% over the past four years, and the number of full-time jobs dropped by as much as 33%. The number of sole traders has risen from 34% in 2016 to 49% in 2024.

VISITOR NUMBERS BACK TO PRE-PANDEMIC LEVELS

Due to lockdowns and other restrictive measures, gallery visits fell to a record low during the pandemic. In 2024, the average number of visitors stood at 98 per month, which is comparable to the figures from the pre-pandemic year of 2019.

DIGITALISATION CONTINUES BUT NOT EVERYWHERE

Customer contact is increasingly taking place digitally, a trend that has been accelerated by the pandemic. The opportunities to buy art online have increased. In 2025, 12% of galleries offered the option to purchase works via their website. But online sales, which rose sharply during the pandemic, have not grown further. In 2024, online sales stood at 16%, just slightly higher than in 2019 (15%). Galleries and art fairs remain the main sales channels.

MID-MARKET SEGMENT GROWS

The number of galleries with a turnover of less than €25,000 fell from 19% to 6% between 2016 and 2024. The top segment, with a turnover exceeding half a million euros, remains more or less unchanged. The category of galleries with a turnover between €150,000 and €500,000 has grown significantly: from 31% in 2020 to 42% in 2024.

REAL TURNOVER HAS NOT RISEN SINCE 2016

If no adjustment is made for inflation, gallery turnover has risen every year. However, when adjusted for inflation, the turnover trend looks less favourable. Real turnover has not risen since 2016. Based on the average nominal turnover of €326,758 in 2025, the combined turnover of all 456 Dutch galleries amounts to approximately €150 million per year. In addition to stagnant revenues, galleries are facing increased costs for staff, transport and production materials, amongst other things. These costs are being offset by staff cuts. Consequently, productivity (turnover per FTE) in the gallery sector has risen.

CAUTIOUS EXPANSION INTO THE SECONDARY MARKET

A growing group of gallery owners are entering the secondary market and trading in art that has had a previous owner. This development is largely the result of large-scale de-collection by the baby boomer generation, who are unable or unwilling to sell their possessions through auction houses.

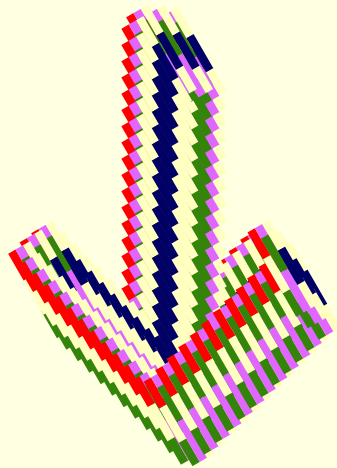
ANTI-MONEY LAUNDERING LEGISLATION AND UNCERTAINTY OVER VAT

Galleries are generally not significantly affected by the anti-money laundering legislation that came into force in 2020, which obliges art dealers to verify the identity and financial integrity of buyers. The fluctuating policy regarding VAT is perceived as far more disruptive.

GALLERY FAIR PRACTICE CODE WIDELY EMBRACED

In 2021, the Dutch Gallery Association (NGA) drew up its own Gallery Fair Practice Code (GFPC) in line with the general Fair Practice Code. The code consists of a number of rules that NGA members are expected to follow in their dealings with artists. Of all Dutch galleries, 65% endorse the code.

FAIRS



FAIRS INCREASINGLY IMPORTANT

The importance of art fairs as a platform for maintaining contact with clients and selling art has increased. Participation in national fairs rose between 2016 and 2024 from an average of 1.8 to 2.2. In 2024, three in ten galleries generated half or more of their turnover at Dutch fairs, whereas in 2019 this figure stood at just 17%. As for international fairs, 10% generated half or more of their annual turnover there in 2024, compared to 9% in 2019.

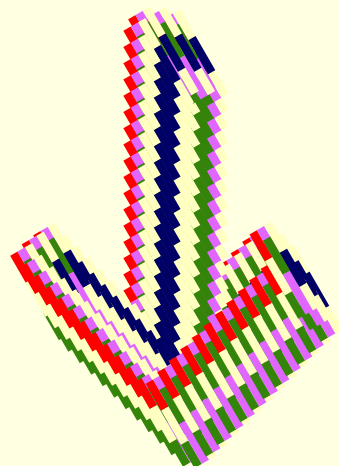
GROWTH NOT A GOAL FOR FAIRS

Fairs are attempting to attract a new – preferably young – audience by organising special activities, such as lectures, presentations of new talent and collaborations with collectors' clubs. Most Dutch fairs do not view growth in the number of participants as a goal and are focusing on improving the quality of the participant field.

PARTICIPATION IN FOREIGN FAIRS IS ON THE RISE

Participation in international art fairs has been on the rise for years. The proportion of galleries participating in one or more fairs in another country has risen from 35% in 2016 to 51% in 2024. The subsidy offered by the Mondriaan Fund to cover part of the costs plays a role in this.

BUYERS



BUYERS ARE SPENDING MORE

An increasing number of occasional buyers are becoming regular buyers. Half of art buyers have purchased six or more works in the past four years. This segment previously accounted for 39% of the total. Just as the number of purchases has risen, so too has the average amount spent on art, from €5,160 in 2021 to €6,602 in 2025. Excluding inflation, this represents a 28% increase. Adjusted for inflation, the growth stands at 5%.

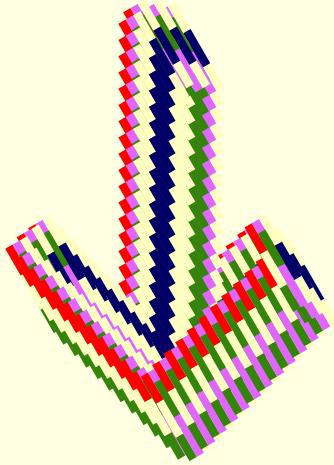
END OF THE KUNSTKOOP SCHEME HURTS SALES

The Kunstkoop scheme, which allowed art purchases to be financed with an interest-free loan repayable in 36 instalments, was discontinued in 2024. For 21% of the galleries that previously offered the payment scheme, the loss of Kunstkoop represents a substantial drop in turnover. Many galleries (84%) now offer their own financing scheme, or already did so. A fifth of buyers say they are purchasing less art due to the discontinuation of the Kunstkoop scheme.

CAUTIOUS OPTIMISM FOR THE FUTURE

The optimism that still prevailed in the gallery sector in 2021 has waned somewhat. A third expect turnover to shrink. Among art buyers, too, expectations for the future are not entirely positive. Just over seven in ten art buyers expect to buy the same amount or more art in the coming years. Just over a quarter expect to make purchases less frequently.

ARTISTS



ARTISTS OFFSET FINANCIAL UNCERTAINTY WITH SIDE JOBS

Access to the market – via exhibitions in the gallery and presentations at art fairs – is the main reason artists seek representation. However, sales are rarely consistent. Many artists therefore have a side job. Positions in art education are particularly common. A small number of artists are represented by more than one gallery, usually one in the Netherlands and the rest abroad.

SALES AND FEEDBACK

Artists primarily expect their gallery owner to sell their work and bring it to the attention of curators or other professionals, so that it gains visibility. Most artists appreciate it when their gallery owner visits their studio regularly and provides substantive feedback. Contact with fellow artists within the gallery is also highly valued. They mainly exchange practical information.

ARTISTS TAKE THE INITIATIVE

Artists know that within a gallery they generally get an exhibition roughly once every two years and that the gallery owner's attention must be shared with others. They therefore regularly take the initiative themselves, such as organising studio visits for collectors. To keep the relationship transparent, agreements are then made regarding whether or not to pay the 'gallery share' (usually 50%) upon sale.

COLOFON

Coördinatie: Philip de Jong (NGA)

Tekst: Edo Dijksterhuis

Vormgeving: Dirk Verweij

Data-analyse: Maartje Gielen

Dit is een uitgave van de
Nederlandse Galerie Associatie.

Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd,
opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of
openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij
elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen, of
enig andere manier, zonder vooraf-gaande schriftelijke
toestemming van de NGA.



mondriaan
fonds

Deze uitgave werd mede mogelijk gemaakt door een
bijdrage van het Mondriaan Fonds.

