MARKTERSCHLIESSUNGSPROGRAMM FÜR KMU

Kreativwirtschaft & Kunstmarkt: Korea

Handout zur Zielmarktanalyse | Markterkundung mit Fokus auf das Thema Kunstmarkt Südkorea



foreign markets

Impressum

Herausgeber
foreign markets
Ritterstraße 50 | 10969 Berlin
Telefon: +49-173 24 33 475
E-Mail: mertes@foreignmarkets.de
www.foreignmarkets.de

Text und Redaktion
foreign markets | Dorothea Mertes, Geschäftsführerin
Sookang Park, Art Advisor
Ina Han, Projekt Assistenz

Stand
28.07.2026

Gestaltung und Produktion
foreign markets | Dorothea Mertes, Founder

Bildnachweis
foreign markets | Dorothea Mertes, Founder

Das Markterschließungsprogramm für kleine und mittlere Unternehmen ist ein Förderprogramm des:

Bundesministerium für Wirtschaft und Energie

MITTELSTAND GLOBAL
MARKTERSCHLIESSUNGS-PROGRAMM FÜR KMU

Das Markterschließungsprogramm wird im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie umgesetzt von:

GTAI GERMANY TRADE & INVEST

Die Studie wurde im Rahmen des Markterschließungsprogramms für KMU 2026 (Markterkundung Kreativwirtschaft & Kunstmarkt Südkorea) erstellt.

Das Werk, einschließlich aller seiner Teile, ist urheberrechtlich geschützt.

Die Zielmarktanalyse steht der Germany Trade & Invest GmbH sowie geeigneten Dritten zur unentgeltlichen Verwertung zur Verfügung.

Sämtliche Inhalte wurden mit größtmöglicher Sorgfalt und nach bestem Wissen erstellt. Der Herausgeber übernimmt keine Gewähr für die Aktualität, Richtigkeit, Vollständigkeit oder Qualität der bereitgestellten Informationen. Für Schäden materieller oder immaterieller Art, die durch die Nutzung oder Nichtnutzung der dargebotenen Informationen unmittelbar oder mittelbar verursacht werden, haftet der Herausgeber nicht, sofern ihm nicht nachweislich vorsätzliches oder grob fahrlässiges Verschulden zur Last gelegt werden kann.

Inhaltsverzeichnis

1 Abstract 5

2 Wirtschaftsdaten kompakt 7

2.1 Weitere Informationen zur Kreativwirtschaft in Südkorea 13

3 Branchenspezifische Informationen 14

3.1 Marktpotenzial und Chancen 14

3.2 Künftige Entwicklungen in relevanten Segmenten 18

3.3 Aktuelle Vorhaben, Projekte und Ziele 21

3.4 Wettbewerbssituation 22

3.5 Stärken und Schwächen des Marktes 23

3.6 Besonderheiten der regionalen Kunst-Szenen 25

4 Kontaktadressen 28

5 Quellen 33

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Bevölkerung und Ressourcen 7

Abbildung 2: Wirtschaftliche Leistung und makroökonomische Stabilität 8

Abbildung 3: Öffentliche Finanzen, Direktinvestitionen und Außenwirtschaft 9

Abbildung 4: Außenwirtschaft und Handelsbeziehungen 10

Abbildung 5: Warenhandel mit Deutschland und Handelsbeziehungen 11

Abbildung 6: Nachhaltigkeit, Klimaschutz und Geschäftsumfeld 12

Abbildung 7: Anteile am globalen Kunstmarkt nach Ländern 15

Abbildung 8: Kunstmarkt China vs. Korea 18

Abbildung 9: Frieze Seoul und Art Basel Hong Kong im Vergleich 19

Abbildung 10: CHOI&CHOI auf der HIVE Art Fair 20

Abbildung 11: Centre Pompidou Hanwha in Seoul 21

Abbildung 12: Galerie Meyer Riegger Wolff in Hannam, Seoul 22

1 Abstract

Südkorea zählt zu den dynamischsten Kreativmärkten Asiens. K-Pop, K-Film und K-Art haben das Land weltweit sichtbar gemacht. Unterstützt durch staatliche wie privatwirtschaftliche Förderung hat die Content-Industrie 2024 einen Rekordumsatz von rund 105 Mrd. USD (157,4 Bio. KRW) erzielt. Im Zentrum des Kunstmarkts steht Seoul, dessen September-Saison mit den internationalen Messen Frieze Seoul und Kiaf sowie der stadtweiten Seoul Art Week Sammler, Galerien, Kreative und Institutionen aus aller Welt anzieht.

Gegenüber Hongkong, dem wichtigsten Transaktionszentrum Asiens, positioniert sich Seoul nicht als reiner Handelsplatz, sondern als kulturelle Plattform mit dichtem Galerien- und Museumsnetzwerk, stadtweiten Kulturprogrammen und einer jungen Sammlerschaft (MZ-Generation) als Wachstumsmotor. Spillover-Effekte der K-Industrie treiben die internationale Nachfrage nach koreanischen Künstlern und die Besucherzahlen der Museen nach oben. 2025 lag das National Museum of Korea mit rund 6,5 Mio. Besuchern weltweit auf Platz 3.

Nach dem Boom-Jahr 2022 befindet sich der koreanische Kunstmarkt in einer strukturellen Neuausrichtung. Besonders sichtbar ist dies im Auktionssegment: Die Fine-Art-Auktionsverkäufe in Südkorea fielen 2024 um 29 % von 87 Mio. USD auf rund 61,7 Mio. USD und damit leicht stärker als der globale Fine-Art-Auktionsmarkt. Charakteristisch ist eine „K-förmige“ Erholung: Wenige Spitzenwerke und etablierte Positionen wie Lee Bul, Kim Whanki oder Park Seo-bo erzielen weiterhin hohe Preise, während das mittlere Preissegment stagniert. Experten werten dies nicht als grundlegenden Abschwung, sondern als Übergang zu einem reiferen, selektiveren und langfristig orientierten Markt. Im Vergleich zu China und Hongkong eröffnen sich hier für deutsche Unternehmen in verschiedenen Segmenten weiterhin attraktive Geschäftschancen. Diese Zielmarktanalyse (ZMA) bereitet deutsche mittelständische Unternehmen gezielt auf eine Markterkundung in Südkorea vor, mit Schwerpunkt auf Seoul als führendem Kunstzentrum und Gwangju als weiteren Standort der Kreativ- und Kunstwirtschaft im Südwesten des Landes. Sie liefert Markteinblicke, analysiert Marktstruktur, Wettbewerb und SWOT und zeigt konkrete Anknüpfungspunkte für den Markteinstieg auf.

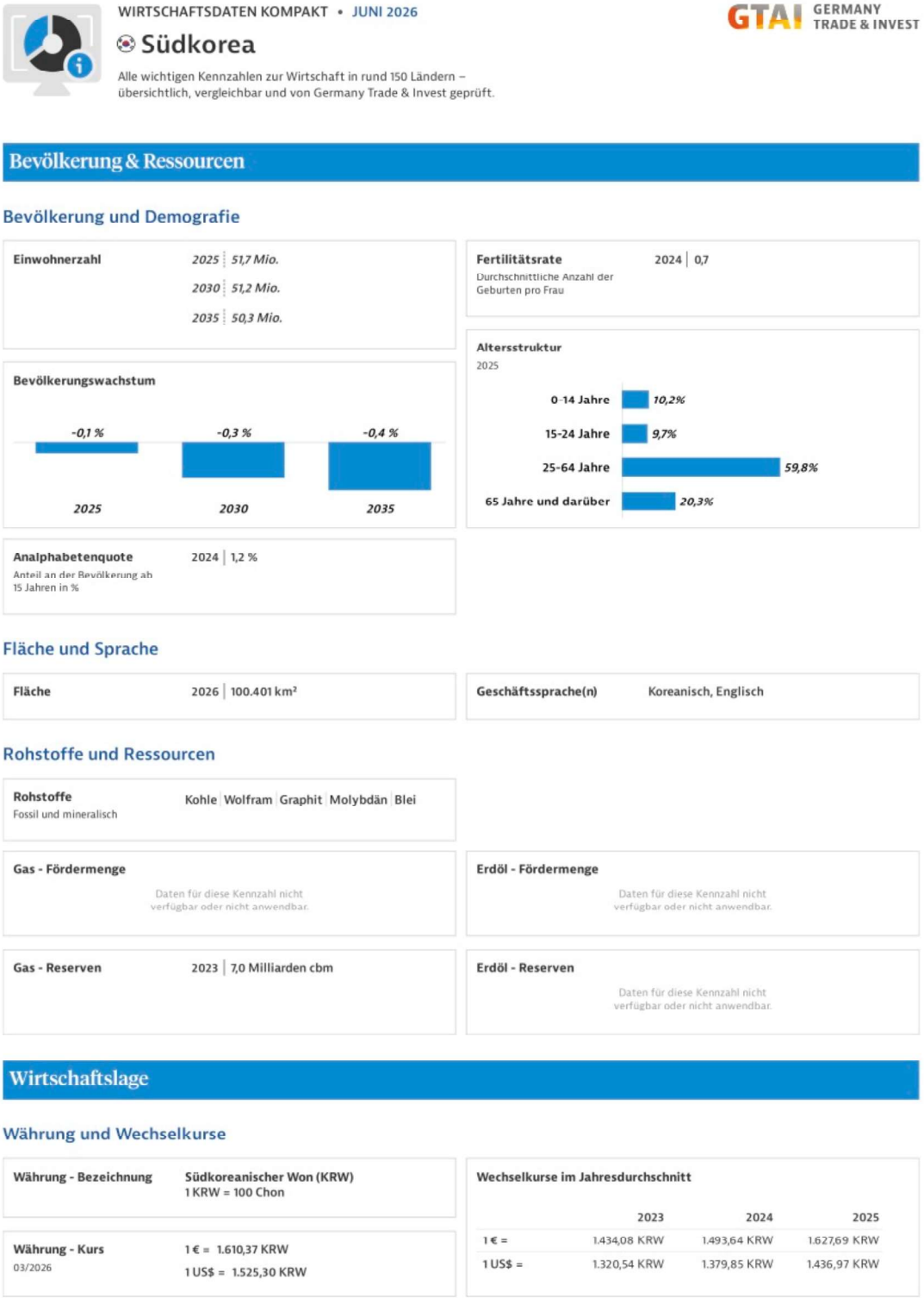
Die ZMA identifiziert eine Reihe zentraler Trends, die den Markt in den kommenden Jahren prägen werden und für deutsche Unternehmen von Interesse sind:

- **MZ-Generation als Wachstumsmotor:** Käufer in den 20ern/30ern wuchsen von 18 % (2023) auf 24 % (2025) aller Kunstkäufe. Kaufkräftig, markenaffin und häufig im Westen ausgebildet, werden sie zur Kernzielgruppe, gerade im mittleren Preissegment europäischer Kunst.
- **Internationale Nachfrage nach koreanischer Kunst:** Spillover-Effekte der K-Industrie öffnen Kooperationspotenziale für deutsche Galerien und Kunstberater.
- **Konsolidierung des Messesektors:** Neue Formate wie das hybride Medienkunst-Event LOOP Lab Busan oder das neue Messekonzept HIVE Art Fair (Debüt Mai 2026) senken die Eintrittsschwelle und schaffen neue Geschäftsmodelle für deutsche Galerien.
- **Museumsexpansion:** Großprojekte (Nodeul Global Art Island Seoul, Sejong-Museumszentrum, Centre Pompidou Hanwha) erzeugen institutionelle Nachfrage nach kuratorischer Kompetenz, Ausstellungsproduktion, Ausstellungstechnik sowie Architektur- und Designleistungen.

Für den Zielmarkt spricht zudem, dass Seoul als Einstiegsmarkt und „Ausstellungslabor“ für ganz Asien fungiert: Über 50 internationale Galerien, darunter eine Reihe deutscher Akteure, sind permanent vor Ort vertreten, koreanische Sammler sind eng mit Japan, Taiwan, Singapur, Jakarta und Hongkong vernetzt. „Made in Germany“ genießt

im Zielmarkt hohes Ansehen, vor allem im Premiumsegment. 2024 war Südkorea erneut der drittgrößte Absatzmarkt deutscher Unternehmen in Asien. Die Reise fällt überdies in ein günstiges Zeitfenster: Im Oktober 2026 findet unter Teilnahme von Bundeskanzler Merz die 19. Asien-Pazifik-Konferenz der deutschen Wirtschaft in Seoul statt, die das Engagement und die Sichtbarkeit deutscher Unternehmen und Produkte im Zielmarkt weiter stärken wird.

2 Wirtschaftsdaten kompakt



WIRTSCHAFTSDATEN KOMPAKT • JUNI 2026

Südkorea

Alle wichtigen Kennzahlen zur Wirtschaft in rund 150 Ländern – übersichtlich, vergleichbar und von Germany Trade & Invest geprüft.

GTAI GERMANY TRADE & INVEST

Bevölkerung & Ressourcen

Bevölkerung und Demografie

Einwohnerzahl

2025 | 51,7 Mio.
2030 | 51,2 Mio.
2035 | 50,3 Mio.

Fertilitätsrate 2024 | 0,7
Durchschnittliche Anzahl der Geburten pro Frau

Bevölkerungswachstum

Altersstruktur
2025

Analphabetenquote 2024 | 1,2 %
Anteil an der Bevölkerung ab 15 Jahren in %

Fläche und Sprache

Fläche 2026 | 100.401 km²

Geschäftssprache(n) Koreanisch, Englisch

Rohstoffe und Ressourcen

Rohstoffe Kohle | Wolfram | Graphit | Molybdän | Blei
Fossil und mineralisch

Gas - Fördermenge
Daten für diese Kennzahl nicht verfügbar oder nicht anwendbar.

Erdöl - Fördermenge
Daten für diese Kennzahl nicht verfügbar oder nicht anwendbar.

Gas - Reserven 2023 | 7,0 Milliarden cbm

Erdöl - Reserven
Daten für diese Kennzahl nicht verfügbar oder nicht anwendbar.

Wirtschaftslage

Währung und Wechselkurse

Währung - Bezeichnung Südkoreanischer Won (KRW)
1 KRW = 100 Chon

Währung - Kurs 03/2026
1 € = 1.610,37 KRW
1 US$ = 1.525,30 KRW

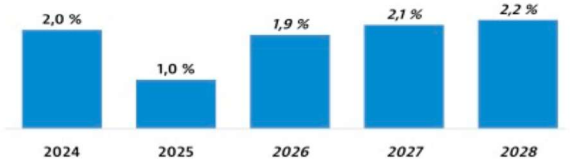
Wechselkurse im Jahresdurchschnitt

	2023	2024	2025
1 € =	1.434,08 KRW	1.493,64 KRW	1.627,69 KRW
1 US$ =	1.320,54 KRW	1.379,85 KRW	1.436,97 KRW

Abbildung 1: Bevölkerung und Ressourcen

Wirtschaftliche Leistung

Wirtschaftswachstum
Bruttoinlandsprodukt (BIP), Veränderung zum Vorjahreszeitraum, real



BIP
Nominal

	2025	2026	2027
US$ (Mrd.)	1.872,4	1.931,0	2.010,5
KRW (Mrd.)	2.663.342,5	2.788.205,3	2.900.192,2

BIP/Kopf
Nominal

	2025	2026	2027
US$	36.227	37.412	39.012
KRW	51.530.714	54.019.746	56.276.657

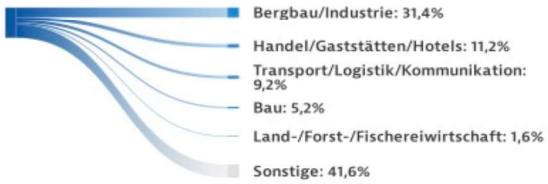
BIP/Kopf in Kaufkraftstandards
Nominal

Daten für diese Kennzahl nicht verfügbar oder nicht anwendbar.

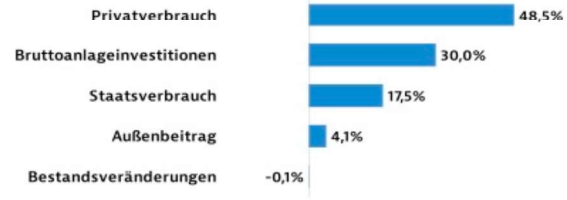
Ausgaben für F&E
% des BIP

2022	4,9 %
2023	4,9 %
2024	5,1 %

BIP-Entstehung
Anteil an nominaler Bruttowertschöpfung in %; 2024



BIP-Verwendung
Anteil an Bruttoinlandsprodukt in %; 2024



Makroökonomische Stabilität

Inflationsrate



Währungsreserven



Leistungsbilanzsaldo
% des BIP

2025	6,6 %
2026	*5,6 %*
2027	*5,4 %*

Arbeitslosenquote

2025	2,8 %
2026	*2,8 %*
2027	*2,9 %*

Investitionsquote
% des BIP, brutto, öffentlich und privat

2025	29,1 %
2026	*29,2 %*
2027	*29,5 %*

Abbildung 2: Wirtschaftliche Leistung und Makroökonomische Stabilität

Öffentliche Finanzen & Verschuldung

Haushaltssaldo
% des BIP

2025	-1,4 %
2026	-1,5 %
2027	-1,3 %

Staatsverschuldungsquote
% des BIP, brutto

2025	52,3 %
2026	54,4 %
2027	56,6 %

Auslandsverschuldung



Ausländische Direktinvestitionen

FDI - Nettotransaktionen

2022	25.045 Mio. US$
2023	19.042 Mio. US$
2024	15.226 Mio. US$

FDI - Bestand

2022	277.035 Mio. US$
2023	308.086 Mio. US$
2024	286.988 Mio. US$

FDI - Hauptländer
Anteil in %, Zufluss; 2025

USA: 28,7% | Singapur: 11,3% | Canada: 6,7% | Japan: 4,6% | Niederlande: 3,8% | Taiwan: 3,1% | Italien: 2,8% | China: 2,7% | Frankreich: 2,7% | Deutschland: 2,3% | Malta: 2,0% | Hongkong, SVZ: 1,5%

FDI - Hauptbranchen
Anteil in %, Zufluss; 2025

Finanzen und Versicherungen: 31,9% | Groß- und Einzelhandel: 11,0% | Metall und metallverarbeitende Produkte: 10,9% | Information und Kommunikation: 9,9% | Chemie: 8,2% | Forschung und Entwicklung: 7,5% | Elektronik und Elektrik: 5,8% | Immobilien: 3,5% | Elektrizität und Gas: 2,6% | Maschinenausrüstung: 2.6% | Nichtmetallische Mineralprodukte: 1,3% | Pharmazie: 1,3%

Außenwirtschaft

Warenhandel

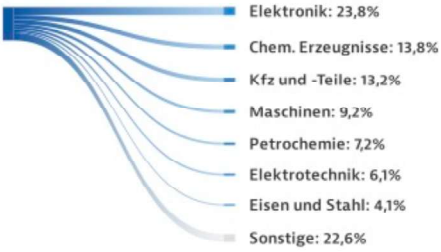
Warenhandel
Veränderung zum Vorjahreszeitraum in %, Abweichungen durch Rundungen

	2022	%	2023	%	2024	%
Exporte (Mrd. US$)	683,6	6,1	631,8	-7,6	683,1	8,1
Importe (Mrd. US$)	731,4	18,9	642,5	-12,1	631,7	-1,7
Saldo (Mrd. US$)	-47,8		-10,7		51,4	

Exportquote
Exporte/BIP in %

2022	38,0 %
2023	34,2 %
2024	36,4 %

Ausfuhrgüter nach SITC
Anteil an den Warenexporten, 2024



Einfuhrgüter nach SITC
Anteil an den Warenimporten, 2024

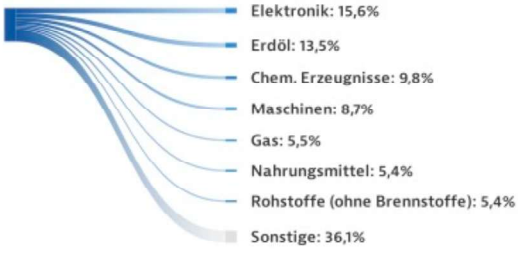


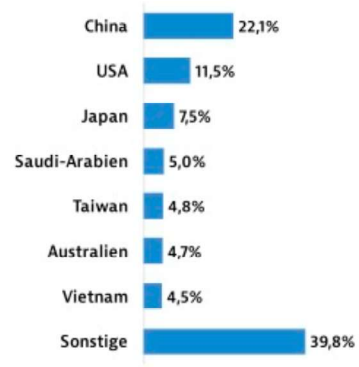
Abbildung 3: Öffentliche Finanzen, Direktinvestitionen und Außenwirtschaft

Handelspartner

Hauptabnehmerländer
Anteil an den Warenexporten; 2024



Hauptlieferländer
Anteil an den Warenimporten; 2024



Dienstleistungshandel

Dienstleistungshandel (mit dem Ausland)
Veränderung zum Vorjahreszeitraum in %, Abweichungen durch Rundungen

	2023	%	2024	%	2025	%
DL-Exporte (Mrd. US$)	127,0	-4,3	142,0	11,8	150,1	5,7
DL-Importe (Mrd. US$)	157,8	10,0	171,5	8,7	184,7	7,7
Saldo (Mrd. US$)	-30,7		-29,4		-34,5	

Freihandelsabkommen

Freihandelsabkommen mit Ländergruppen (ohne EU)	ASEAN Free Trade Area (AFTA); RCEP (Regional Comprehensive Economic Partnership) Zu bilateralen Abkommen siehe https://rtais.wto.org/ -> RTAs by country/territory.

Mitgliedschaft in Zollunion	Nein

Beziehungen zur EU & Deutschland

Waren- und Dienstleistungshandel mit der EU

Warenhandel der EU-27 mit dem Land
Veränderung zum Vorjahreszeitraum in %, Abweichungen durch Rundungen

	2023	%	2024	%	*2025*	*%*
Exporte (Mrd. Euro)	57,5	-4,7	55,9	-2,8	*54,5*	*-2,4*
Importe (Mrd. Euro)	73,6	1,9	68,6	-6,8	*69,7*	*1,6*
Saldo (Mrd. Euro)	-16,1		-12,7		*-15,2*	

Dienstleistungshandel der EU-27 mit dem Land
Veränderung zum Vorjahreszeitraum in %, Abweichungen durch Rundungen

	2022	%	2023	%	2024	%
DL-Exporte (Mrd. Euro)	19,9	36,8	19,4	-2,6	20,8	7,0
DL-Importe (Mrd. Euro)	11,5	42,2	12,3	7,1	12,2	-0,8
Saldo (Mrd. Euro)	8,5		7,1		8,6	

Freihandelsabkommen mit der EU	Freihandelsabkommen EU-Südkorea

Einseitige EU-Zollpräferenzen	Keine einseitigen Präferenzregelungen

Abbildung 4: Außenwirtschaft und Handelsbeziehungen

Warenhandel mit Deutschland

Warenhandel Deutschlands mit dem Land
Veränderung zum Vorjahr in %, Abweichungen durch Rundungen

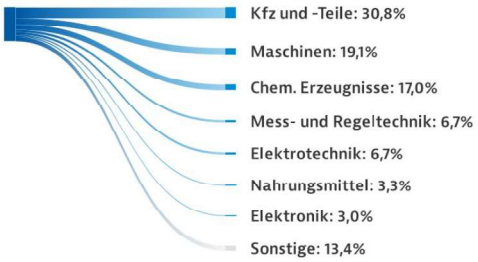
	2023	%	2024	%	H1/25	%
Dt. Exporte (Mrd. Euro)	20,4	-5,1	19,6	-4,1	9,1	-9,4
Dt. Importe (Mrd. Euro)	13,9	3,8	13,6	-1,6	6,5	-6,1
Saldo (Mrd. Euro)	6,6		6,0		2,6	

Rangstelle bei deutschen Exporten
2024; 1 = beste Bewertung
Rang 19 von 238

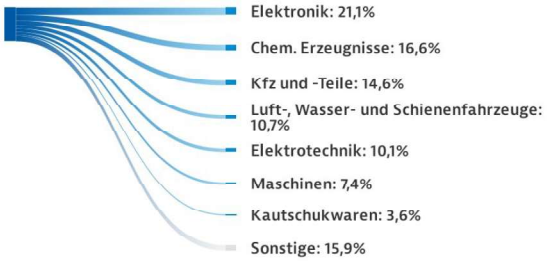
Rangstelle bei deutschen Importen
2024; 1 = beste Bewertung
Rang 25 von 238

Deutsche Aus- und Einfuhrgüter

Deutsche Exportgüter nach SITC
Anteil an den Gesamtexporten; 2019



Deutsche Importgüter nach SITC
Anteil an den Gesamtimporten; 2024



Bilateraler Dienstleistungshandel

Dienstleistungshandel Deutschlands mit dem Land
Veränderung zum Vorjahr in %, Abweichungen durch Rundungen

	2022	%	2023	%	2024	%
DL-Exporte (Mrd. Euro)	4,5	24,8	4,1	-9,1	4,0	-1,3
DL-Importe (Mrd. Euro)	4,7	39,5	4,9	5,1	4,7	-4,2
Saldo (Mrd. Euro)	-0,2		-0,9		-0,7	

Bilaterale Direktinvestitionen

Deutsche Direktinvestitionen (Bestand)
2021 | 13.505 Mio. Euro
2022 | 14.871 Mio. Euro
2023 | 13.897 Mio. Euro

Direktinvestitionen des Landes in Deutschland (Bestand)
2021 | 6.118 Mio. Euro
2022 | 6.108 Mio. Euro
2023 | 5.461 Mio. Euro

Deutsche Direktinvestitionen (Nettotransaktionen)
2022 | +1.550 Mio. Euro
2023 | +465 Mio. Euro
2024 | +252 Mio. Euro

Direktinvestitionen des Landes in Deutschland (Nettotransaktionen)
2022 | -55 Mio. Euro
2023 | -455 Mio. Euro
2024 | -4 Mio. Euro

Bilaterale Kooperation

Doppelbesteuerungs-abkommen
Abkommen vom 10.03.2000, in Kraft seit 31.10.2002

Investitionsschutz-abkommen
Abkommen vom 04.02.1964, in Kraft seit 15.01.1967

Bilaterale öffentliche Entwicklungszusammenarbeit

Daten für diese Kennzahl nicht verfügbar oder nicht anwendbar.

Abbildung 5: Warenhandel mit Deutschland und Handelsbeziehungen

Anlaufstellen

Deutsche Auslandsvertretung	Seoul, https://seoul.diplo.de/kr-de
Auslandsvertretung des Landes in Deutschland	Berlin, http://overseas.mofa.go.kr/de-de/index.do
Auslandshandelskammer	Seoul, https://korea.ahk.de/

Nachhaltigkeit & Klimaschutz

Emissionen

Treibhausgasemissionen pro Kopf In Tonnen CO2-Äquivalent	2013 | 12,8 tCO_2e 2023 | 12,4 tCO_2e
Treibhausgasemissionen Anteil weltweit in %	2013 | 1,4 % 2023 | 1,3 %
Emissionsintensität pro Mio. US$ BIP In Tonnen CO2-Äquivalent	2013 | 446,5 tCO_2e 2023 | 341,9 tCO_2e
Emissionsstärkste Sektoren Anteil in %; 2023	Elektrizität/Wärme: 49,0% | Transport: 15,7% Industrielle Prozesse: 15,0%

Energie und Nachhaltigkeit

Erneuerbare Energien Anteil am Primärenergieangebot in %	2014 | 1,5 % 2024 | 2,7 %
Stromverbrauch In Kilowattstunden pro Kopf	2024 | 11.383 kWh pro Kopf
Sustainable Development Goals Index 2025; 1 = beste Bewertung	Rang 34 von 167

Geschäftsumfeld

Einschätzung des Geschäftsumfelds

Länderkategorie für Exportkreditgarantien 0 = keine Risikobewertung, 7 = höchste Risikoeinstufung	Keine Risikoeinstufung
Corruption Perceptions Index 2025; 1 = beste Bewertung	Rang 31 von 182
Logistics-Performance-Index 2023; 1 = beste Bewertung	Rang 17 von 139
Internetqualität 2025; 1 = beste Bewertung	Rang 35 von 121

Abbildung 6: Nachhaltigkeit, Klimaschutz und Geschäftsumfeld

Weitere Informationen über Kreativwirtschaft in Südkorea

GTAI-Informationen zu Südkorea	Link
Prognosen zu Investitionen, Konsum und Außenhandel	Wirtschaftsausblick von GTAI
Südkorea im Umbruch	Regionale Wirtschaftsstruktur
Länderspezifische Basisinformationen zu relevanten Rechtsthemen in Südkorea	Recht kompakt
Kompakter Überblick rund um die Wareneinfuhr in Südkorea	Zoll und Einfuhr kompakt
Demographischer Wandel & Arbeitsmarkt Südkorea	Arbeitsmarkt kompakt

3 Branchen-spezifische Informationen

Das folgende Kapitel bündelt die branchenspezifischen Informationen, die deutsche Unternehmen für eine fundierte Einschätzung des südkoreanischen Kunstmarktes benötigen. Es zeigt zunächst das Marktpotenzial und die konkreten Geschäftschancen auf (3.1), analysiert anschließend die künftigen Entwicklungen in den relevanten Segmenten mit Blick auf Trends und Prognosen (3.2) und stellt aktuelle Vorhaben, Projekte und Ziele dar, die den Markt in den kommenden Jahren prägen werden (3.3). Darauf folgen eine Einschätzung der Wettbewerbssituation (3.4), eine SWOT-Analyse (3.5) sowie ein Überblick über die Besonderheiten der vier wichtigsten regionalen Kunst-Szenen in Südkorea (3.6).

3.1 Marktpotenzial und Chancen

Die koreanische Kreativwirtschaft hat sich in den vergangenen zwei Jahrzehnten von einem regionalen Kulturphänomen zu einem global relevanten Wirtschaftszweig entwickelt. In Korea wird der Sektor offiziell als „Content-Industrie“ bezeichnet und umfasst Broadcasting und Video, Gaming, Musik, Film, Animation, Werbung, Comics, Charaktere, Wissens- und Informationsdienste sowie Content-Lösungen. Charakteristisch ist ein co-evolutionärer Wandel, bei dem moderne IT zunehmend mit Lifestyle-Bereichen wie K-Beauty und K-Food verschmilzt. Ein Zusammenspiel, das die internationale Strahlkraft der Marke „Korea“ kontinuierlich verstärkt und auch dem Kunstmarkt zugutekommt.

Der Gesamtumsatz der Content-Industrie erreichte 2024 mit rund 105 Mrd. USD (157,4 Bio. KRW) einen neuen Rekord (+2,1 % gegenüber dem Vorjahr). Die Branche beschäftigt 688.121 Personen in 128.875 Unternehmen. Bemerkenswert ist die ausgewogene Umsatzstruktur: An der Spitze stehen Broadcasting/Video (15,9 %), Wissens- und Informationsdienste (15,7 %), Verlagswesen (15,4 %) und Gaming (15,2 %) nahezu gleichauf. Bei den Exporten zeigt sich dagegen ein anderes Bild: Sie stiegen 2024 auf 14,07 Mrd. USD (+5,5 %) und 2025 weiter auf 14,9 Mrd. USD, wobei Gaming mit 8,5 Mrd. USD bzw. 60,4 % klar dominiert, gefolgt von Musik/K-Pop (1,85 Mrd. USD) und Broadcasting/Video (1,26 Mrd. USD). Die staatlichen Ambitionen sind hoch: Das Ziel für den K-Culture-Markt bis 2030 wurde auf 400 Billionen KRW (~265 Mrd. USD) angehoben, die angestrebten Exporterlöse auf 110 Mrd. USD, was in etwa das Dreifache des heutigen Niveaus ist. Der staatliche Investitionsfonds für Kultur und Film wurde für 2026 auf 731,8 Mrd. KRW aufgestockt.

Auch die Importseite verdient Beachtung, denn hier zeigen sich für ausländische Unternehmen Kooperationspotenziale in verschiedenen Segmenten. Die Content-Industrie verzeichnete 2024 Gesamtimporte von rund 915,6 Mio. USD. Den größten Anteil hielt das Verlagswesen (31,6 %), gefolgt von Gaming (26,8 %) und der Werbung (12,3 %). Diese Importstruktur verweist auf Sektoren innerhalb der Kreativwirtschaft, in denen koreanische Akteure gezielt internationales Know-how und Dienstleistungen nachfragen. Diese Entwicklung ist besonders für deutsche Verlags-, Werbe- und Content-Dienstleister relevant und unterstreicht die Bandbreite an Geschäftschancen für deutsche Kreativwirtschaftsunternehmen im Zielmarkt.

Für deutsche Unternehmen ist eine Besonderheit wichtig: Im Vergleich zu Deutschland zählt Architektur in Korea nicht zur Kreativwirtschaft. Geregelt durch den Content Industry Promotion Act wird sie dem Bausektor unter dem Ministerium für Land, Infrastruktur und Verkehr (MOLIT) zugeordnet; Planungs- und Designleistungen gelten als freiberufliche „Business Services“. Architektur- und Designdienstleistungen für Museumsbauten fallen damit unter andere regulatorische und vergaberechtliche Rahmenbedingungen als die übrige Kreativwirtschaft. Dies ist

ein Punkt, den deutsche Architektur- und Planungsbüros bei der Angebotsstrategie berücksichtigen sollten.

Der koreanische Kunstmarkt mit Seoul als internationales Zentrum

Der koreanische Kunstmarkt hat nach seinem Rekordjahr 2022, in dem das Marktvolumen nach Schätzungen von MCST/KAMS rund 1,04 Bio. KRW erreichte, eine deutliche Korrektur durchlaufen und lag 2024 laut K-ARTMARKET bei einem gesamten Transaktionswert von rund 615,1 Mrd. KRW. Diese Entwicklung ist jedoch differenziert zu lesen.

Im globalen Kontext bleibt Südkorea mit einem Anteil von unter bzw. rund 1 % am Weltkunstmarkt ein kleiner, aber strategisch bedeutender Standort. Der Art Basel and UBS Global Art Market Report 2026 weist für 2025 ein globales Marktwachstum von 4 % auf rund 59,6 Mrd. USD aus. Während die USA mit 44 %, Großbritannien mit 18 % und China mit 14 % den Weltmarkt anführen, zeigt Südkorea eine eigene Dynamik: Südkorea verzeichnete 2025 einen Zuwachs von 6 %, während der international ausgerichtete Standort Hongkong rückläufig blieb.

Der Galerie- und Handelssektor entwickelte sich hingegen verhaltener. Diese gemischte Bilanz unterstreicht, dass sich der Markt in einer Reifephase befindet, der weniger spekulativ ausgerichtet ist und damit langfristig orientierten Kunst-Anbietern neue Marktchancen eröffnet.

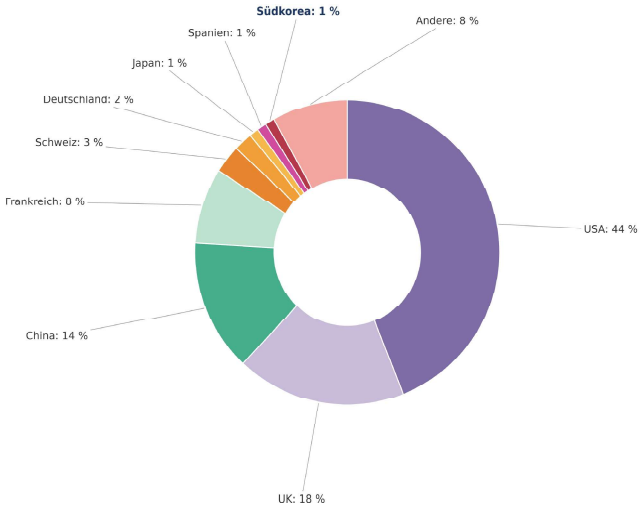


Abbildung 7: Anteile am globalen Kunstmarkt nach Ländern

Marktstruktur – Akteure im koreanischen Kunstmarkt

Die **koreanische Galerienlandschaft** lässt sich in drei Segmente gliedern. Die **führenden Häuser**, wie Gallery Hyundai (1970), Kukje Gallery (1982), Arario Gallery (1989) und PKM Gallery (2001), konzentrieren sich im traditionsreichen Bukchon-Viertel in Seoul. Sie prägen den Markt, indem sie koreanische Künstler auf internationalen Messen wie Art Basel und Frieze präsentieren und zugleich internationale Kunst nach Korea bringen. Die Galerie Kukje vertritt deutsche Künstler, darunter Candida Höfer und Anselm Reyle, und arbeitet darüber hinaus mit deutschen Künstler wie Thomas Demand und Anselm Kiefer zusammen. **Eine zweite Gruppe etablierter Galerien**, hierzu zählen die ursprünglich aus Daegu stammenden Häuser Wooson und Leeahn und die aus Busan kommende Johyun Gallery sowie die international sehr aktive Gallery Baton (2011). Johyun und Baton expandierten besonders während des Booms der 2010er-Jahre zunächst über Hongkong und dann später weltweit. **Eine dritte, junge Generation** Cylinder (2020,) Sangheeut (2021), Shower (2023) zeigt experimentelle Positionen aufstrebender Künstler und ist bereits auf Frieze Seoul und der Liste Art Fair Basel präsent. Für deutsche Akteure sind alle drei Gruppen relevant, entweder als potenzielle Kooperationspartner, als Wettbewerber und als Gradmesser zur Analyse der lokalen Präferenzen. Eine Übersicht zu Galerien an den verschiedenen Standorten in Korea finden Sie in Kapitel 4 Kontaktadressen.

Das **institutionelle Rückgrat** bilden 275 Kunstmuseen (Stand 2024), von denen 40 % in der Metropolregion Seoul liegen; öffentliche Häuser machen rund 30 %, private und universitäre Museen zusammen 70 % aus. Das National Museum of Modern and Contemporary Art (MMCA) betreibt vier Standorte (Gwacheon, Deoksugung, Seoul, Cheongju) und hat besonders die Partnerschaft mit Industrieunternehmen, wie der Hyundai Gruppe (*Hyundai-Motor-Series* 2014–2023; MMCA×LG OLED Series) oder der SBS Media Group (Korean Artist Prize) über wegweisende

Formate zur Förderung koreanischer Gegenwartskünstler ausgebaut.

Das Seoul Museum of Art (SeMA) funktioniert als vernetztes Acht-Standorte-Modell, das vom historischen Seosomun-Hauptstandort über das medienkunst-spezialisierte Photography Seoul Museum of Art (2025) bis zum Nam June Paik Memorial House reicht. Im privaten Sektor gelten das von Mario Botta, Jean Nouvel und Rem Koolhaas entworfene Leeum Museum of Art (Samsung), das Amorepacific Museum of Art (David Chipperfield) und das von Tadao Ando gestaltete Museum SAN (in Wonju, Provinz Gangwon) als architektonische Aushängeschilder, die nationale wie auch internationale Touristen anziehen.

Ergänzt wird das Ökosystem durch **unternehmensgestützte gemeinnützige Kunstzentren,** die jenseits des kommerziellen Galeriebetriebs experimentelle und kuratorisch anspruchsvolle Programme realisieren. Hier sind beispielsweise das Art Sonje Center zu erwähnen, die von Herzog & de Meuron gebaute SONGEUN Art and Cultural Foundation oder Space K (KOLON Group). **FUTURA SEOUL**, ein in 2024 eröffneter Kunstraum fungiert als Museum, Diskurs- und Veranstaltungsort an der Schnittstelle von Kunst, Architektur, Sound und Technologie im Bukchon Viertel. Mit Blick auf den Ausbau der Kooperation mit internationalen Künstler:innen, Institutionen und Marken stellen diese Initiativen attraktive Projekt- und Geschäftspartner für deutsche Unternehmen im Zielmarkt dar.

Auf dem **Auktionsmarkt** dominieren Seoul Auction (gegründet 1998, das erste Auktionshaus des Landes) und K Auction (2005) mit zusammen 80–90 % Marktanteil. Westliche Häuser wie Sotheby's, Christie's und Phillips unterhalten lediglich Vertretungen in Seoul, veranstalten dort aber keine Live-Auktionen. Eine wichtige Rolle spielen schließlich die **öffentlichen Förderinstitutionen**, wie Korea Arts Management Service (KAMS) und Arts Council Korea (ARKO) unter dem Ministry of Culture, Sports and Tourism (MCST), die Messeteilnahmen, Übersetzungen und internationale Ausstellungen koreanischer Künstler fördern. Mit Förderprogrammen wie dem „Dive into Korean Art“ bestehen direkte Anknüpfungspunkte für ausländische Kuratoren und Galerien.

Über den öffentlichen Sektor hinaus prägt eine ausgeprägte **private Förderkultur** den Markt. Unternehmensgestützte gemeinnützige Institutionen wie das **Doosan Art Center** (Doosan Group) oder der **SONGEUN Art Space** (ST International) betreiben Künstlerresidenzprogramme und vergeben renommierte Kunstpreise, die aufstrebende koreanische Künstler sichtbar machen. Die **Park Seo Bo Foundation** unterstützt nationale Künstler mit dem Erwerb von Werken für die Sammlung und gilt als ein wichtiger „Opinion Shaper“ in der koreanischen Kunstwelt. Diese enge Verzahnung von Wirtschaft und Kultur ist ein Strukturmerkmal des koreanischen Marktes: Große Konzerne (sog. Chaebols) verstehen Kunstförderung als Teil ihrer Markenbildung und gesellschaftlichen Verantwortung. Für deutsche Akteure bedeutet dies, dass Unternehmensstiftungen und Corporate-Foundations nicht nur Förderer, sondern auch potenzielle Partner für Ausstellungen, Sponsoring und Kooperationsprojekte sein können.

Seoul ist zudem Standort einer Reihe internationaler Kulturinstitute. Neben dem **Goethe-Institut** sind in der Hauptstadt weitere europäische Kulturinstitute vertreten: Institut français de Corée du Sud, British Council, Instituto Cervantes (seit 2023) und Istituto Italiano di Cultura. Das EUNIC-Cluster Seoul bündelt deren Zusammenarbeit, u. a. beim jährlichen EU Film Festival.

Das **Goethe-Institut Korea** fördert den deutsch-koreanischen Kulturaustausch über Residenz-Programme, den Visual-Arts-Project-Fund für kuratorische Kooperationen sowie Fellowships (u. a. documenta-Archiv). Praktisch zeigt sich dies in eigenen Fotoausstellungen (Barbara Klemm, Arno Fischer), der Platzierung deutscher Fotograf:innen beim DongGang International Photo Festival (zuletzt in 2025) und regelmäßiger Kooperation bei den großen Kunstbiennalen in Gwangju und Busan sowie der Seoul Mediacity Biennale. Im

Rahmen der diesjährigen Busan Biennale, die Ende August startet, fördert das Goethe-Institut die performative Installation „Ocean Cage“ von Tianzhou Chen (Berlin), die das Eröffnungswochenende bespielen wird.

Gemeinsam mit der Deutschen Botschaft, Initiativen ausgewählter Bundesländer (z.B. mit Visit Berlin / Berlin Tourismus & Kongress GmbH) und den in Korea ansässigen deutschen Galerien veranstaltet Goethe auch Veranstaltungen wie Künstler-Gespräche. Im Dezember 2025 fand beispielsweise anlässlich der ersten Solo-Ausstellung des Berliner Film- und Video-Künstlers Clemens von Wedemeyer, Galerie MeyerRiegger Wolf, in Südkorea ein „Artist-Talk“ statt. Anlässlich der diesjährigen Seoul International Bookfair hat das Goethe-Institut Korea gemeinsam mit der Frankfurter Buchmesse den deutschen Gemeinschaftsstand organisiert, an dem über 10 Verlagshäuser als Aussteller vertreten waren. Damit fungiert das Goethe-Institut neben dem Kunstsektor auch im Bereich Literatur und Verlagswesen als zentraler Brückenbauer zwischen dem deutschen und koreanischen Markt.

Geschäftschancen für deutsche Unternehmen

Aus dieser Konstellation ergeben sich für deutsche Unternehmen mehrere konkrete Ansatzpunkte für zukünftige Projekt- und Geschäftsaktivitäten. Grundsätzlich gilt zu bedenken, dass ein Zielmarkt in einer strukturellen Neuausrichtung attraktive Rahmenbedingungen für Marktakteure bietet: Mieten sind verhandelbarer, die Konkurrenz durch Marktplayer hat abgenommen, und wer jetzt Sichtbarkeit zeigt, kann seine Markenpräsenz mittel- und langfristig stärken. Aktuell wichtigste Treiber ist die **junge Sammlergeneration**, die weniger spekulativ, sondern aus Identifikation mit dem Künstler kauft, langfristig dabei bleibt und weiterempfiehlt, eine loyale, sozial vernetzte Basis, die ausländische Galerien mit jungen, mittelpreisigen Positionen (unter 50.000 USD) gezielt ansprechen können.

Hinzu kommt die **Funktion Seouls als asiatisches Ausstellungslabor**: Über 50 internationale Galerien sind bereits permanent vor Ort, und die enge Vernetzung koreanischer Sammler mit Japan, Taiwan, Singapur, Jakarta und Hongkong macht eine starke Seoul-Präsenz zum Türöffner für den gesamten asiatischen Raum. Die Rahmenbedingungen im Bereich Logistik und Zoll sowie verbreitete Englischkenntnisse und digitale Zahlungssysteme sind für westliche Akteure optimaler als etwa in Festlandchina.

Der **landesweite Museumsboom** erzeugt zudem reale institutionelle Nachfrage nach kuratorischer Kompetenz, Leihgaben, Ausstellungsproduktion sowie Architektur- und Designdienstleistungen und Museumstechnik. Hier bieten sich attraktive Geschäftschancen für deutsche Unternehmen. Referenzprojekte „Made in Germany“ im Museumssektor sind beispielsweise die Ausstattung des LEEUM Museum of Art mit Glasvitrinen des in Frankfurt am Main ansässigen Herstellers Glasbau Hahn. ERCO Lichttechnik (Lüdenscheid) hat für Museen, Galerien und private Kunsträume, wie das National Museum of Korea, Arario Gallery oder das Amorepacific Museum of Art in Seoul die Ausstellungsbeleuchtung geliefert. Im Auftrag der Hyundai Motor Company hat das in Stuttgart ansässige Planungsbüro Atelier Brückner 2017 bereits die Ausstellungskonzeption des Besucherzentrums „Hyundai Motorstudios“ in Goyang designt und umgesetzt.

Die **Untersuchung „Research on Korean Art Buyers“ (2025)** hat gezeigt, dass koreanische Kunstkäufer mit dem Service lokaler Anbieter und Vertriebspartner – etwa von Galerien oder Auktionshäusern – im Vergleich zu internationalen Anbietern nicht zufrieden sind. Dies betrifft vor allem Punkte wie Qualität und Echtheit der Kunstwerke, aber auch die Transparenz in der Preisgestaltung sowie die Fachkompetenz der Verkäufer. Dies eröffnet für deutsche Akteure Chancen in der Kundengewinnung, sowohl im institutionellen als auch im privaten Sektor.

Neue Messeformate wie Art OnO oder die im Mai neu gestartete HIVE ART Fair (kuratorisches Konzept, keine fixe Standgebühren) senken die Eintrittsschwelle erheblich und erlauben einen kostengünstigen Markttest für deutsche

Unternehmen, bevor in die Leitmessen Frieze oder Kiaf voll investiert wird. Wer mit langem Zeithorizont einsteigt, investiert damit in eine Marktstruktur statt in einen Hype.

3.2 Künftige Entwicklungen in den relevanten Segmenten und Nachfragesektoren



Abbildung 8: Kunstmarkt China vs. Korea

Die Debatte, ob **Hongkong oder Seoul das eigentliche Zentrum** des asiatischen Kunstmarkts ist, verkennt die unterschiedlichen Profile beider Städte. Hongkong nutzt seine Stellung als Finanz- und Handelszentrum und besitzt einen stark kommerzialisierten Markt mit robustem Auktionssektor (Christie's, Sotheby's) und hoher Dichte internationaler Mega-Galerien. Das institutionelles Ökosystem aus Museen und Kunsträumen ist hingegen vergleichsweise schwach entwickelt. Seoul positioniert sich umgekehrt als umfassende kulturelle Plattform und nicht nur als Marktplatz. Zwar dienen Kiaf und Frieze Seoul als kommerzielle Ankerpunkte, doch die eigentliche Stärke liegt im breiteren kulturellen Zusammenspiel, das besonders sichtbar etwa bei der Seoul Art Week 2025 war, wo 107 Museen und Galerien über 100 aufeinander abgestimmte Ausstellungen präsentierten. Zusätzliche Formate wie die „Neighbourhood Nights“ stärken diese Entwicklung. Dabei öffnen Galerien in Vierteln wie Hannam, Samcheong und Cheongdam auch abends und bieten ein ergänzendes Programm zu den Messen. Dadurch wird Seoul nicht nur für Käufer und Sammler interessant, sondern auch für ein breiteres Publikum. Genau diese Verbindung aus Markt, Kultur und öffentlicher Sichtbarkeit macht Seoul langfristig besonders attraktiv und unterscheidet die Stadt deutlich von Hongkong.

Das **Kaufverhalten gibt deutschen Galerien Rückenwind.** Die Studie „Research on Korean Art Buyers“ (2025) weist für künftige Ankäufe eine klare Präferenzfolge aus: koreanische Künstler liegen mit 44,1 % vorn, gefolgt von europäischen mit 17,9 % und amerikanischen mit 12,0 %. Wichtigster Kaufkanal sind Galerien, gefragtestes Genre die zeitgenössische Malerei.

Dass europäische Kunst nach heimischer Produktion am stärksten nachgefragt wird, ist für deutsche Anbieter ein positives Signal. Dies gilt umso mehr, als - wie bereits erwähnt - eine Unzufriedenheit mit der Servicequalität inländischer Galerien und Auktionshäuser festgestellt wurde, die internationale Marktakteure für sich nutzen können.

Wachstumstreiber im Kunstsektor ist der **demografische Wandel**. Käufer in den 40ern und 50ern stellen mit 54,2 % weiterhin die Mehrheit, doch die 20er/30er erreichen bereits 31,3 %, während die über 60-Jährigen auf 14,5 % kommen. Entscheidend ist die Dynamik: Die Kaufabsicht ist bei den jüngeren, bislang kunstmarktfernen Altersgruppen am stärksten ausgeprägt. Südkorea verfügt über eine hohe Kaufkraft und Marken- und Luxusprodukte erfahren eine hohe Nachfrage, Konsumenten sind offen für neue Trends und vor allem bereit für Qualität zu zahlen. Im Vergleich zu westlichen Sammlern werden koreanische Käufer als impulsiv und spontan gesehen. In jeder Altersgruppe entscheidend für ein erfolgreiches Geschäft ist jedoch immer der persönliche Kontakt und die Atmosphäre. Daher werden die meisten Geschäfte am Ende erst bei einem persönlichen Treffen oder bei einem Abendessen entschieden.

Mit wachsender Kaufkraft und zunehmender finanzieller Stabilität ist daher ein anhaltender Markteintritt der jüngeren Generationen zu erwarten, ein Wachstumstreiber, der den Markt über die aktuelle Korrektur hinaus tragen wird und ein Engagement ausländischer Akteure sinnvoll macht.

Kunstmessen entwickeln sich zum wichtigsten Vertriebskanal. Seit dem Debüt der Kiaf 2002 hat sich die Messelandschaft stark verbreitert; von 514 messeaktiven Galerien (2024) bedienten 364 ausschließlich den Inlandsmarkt, 132 sowohl heimische als auch internationale Messen. Getragen vom Engagement der Millennial- und Gen-Z-Sammler werden Messen zunehmend zur zentralen Transaktionsplattform. Für den Markteintritt gilt die Messeteilnahme – neben Kooperationen mit lokalen Galerien, Raumsharing oder Pop-up-Ausstellungen – als effizienteste Strategie, um mit aktiven Käufern in Kontakt zu kommen. Messen sind exzellente Instrumente, um den lokalen Geschmack zu verstehen oder die Marktsituation einzuschätzen. Empfohlen wird besonders die gezielte Nutzung der Messen in Seoul und Busan, wo das ganze Jahr über ein vielfältiges Angebot besteht. Eine Auswahl und Kurzbeschreibung von relevanten Messeveranstaltungen finden Sie in Kapitel 4 Kontaktadressen.

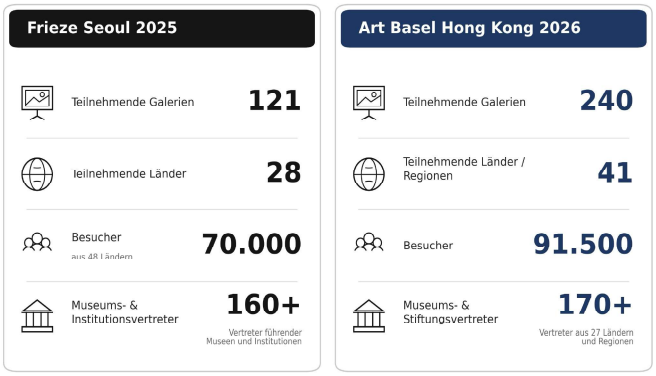


Abbildung 9: Frieze Seoul und Art Basel Hong Kong im Vergleich

Ein eigener Wachstumstreiber ist der **Museumsboom in Verbindung mit dem Kulturtourismus**. Architektonisch markante Privatmuseen wie Leeum, Amorepacific und Museum SAN haben mit international renommierten Architekten zusammengearbeitet und ziehen über ihre Sammlungen hinaus als Bauwerke Besucher an. Der globale K-Culture-Aufschwung, der 2025 nochmals mit dem Animationsfilm „K-Pop Demon Hunters“ an Dynamik gewonnen hat, ließ die Besucherzalen von Museen und den internationalen Tourismus sprunghaft steigen: Das National Museum of Korea (NMK) erreichte rund 6,5 Mio. Besucher und damit laut The Art Newspaper weltweit Platz 3, vor dem British Museum und dem Metropolitan Museum; das MMCA Seoul verzeichnete 2,1 Mio. Besucher (+28 %). Diese Aufmerksamkeit strahlt auf den gesamten Kunststandort aus und erhöht die Sichtbarkeit für alle Marktteilnehmer.

Der **Auktionsmarkt durchläuft einen Strukturwandel**. Das Segment ist in Südkorea noch vergleichsweise jung; Seoul Auction wurde 1998 als erstes Auktionshaus des Landes gegründet. Laut K-ARTMARKET lag der Transaktionswert der koreanischen Auktionshäuser 2024 bei rund 120,4 Mrd. KRW und damit deutlich unter dem Höchststand von 338,4 Mrd. KRW im Jahr 2021. Innerhalb des Segments führen Kim Whanki und Lee Ufan die koreanische Moderne an, während international Yayoi Kusama und Yoshitomo Nara besonders stark nachgefragt werden; Naras „Nothing about it“ (2016) erzielte im März 2026 mit 15 Mrd. KRW einen nationalen Auktionsrekord. Diese Polarisierung zwischen wenigen Spitzenwerken und einem stagnierenden Mittelsegment – die „K-förmige“ Erholung – dürfte den Markt mittelfristig weiter prägen und unterstreicht die Bedeutung sorgfältiger Positionierung im jeweiligen Preissegment.

Im **Rechtsbereich haben sich die Rahmenbedingungen** für den Kunstsektor verbessert. Das EU-Freihandelsabkommen (in Kraft seit 2011) bietet für deutsche Unternehmen eine solide rechtliche Basis. Kunstwerke fallen meist unter die zollfreien HS-Codes 9701–9706; bei New Media Art und Fotografie ist die zollrechtliche Einstufung jedoch noch in Diskussion, weshalb hier besondere Sorgfalt geboten ist. Beträgt der Zollsatz 0 %, entfällt grundsätzlich auch die Einfuhrumsatzsteuer; Antiquitäten über 100 Jahre unterliegen abweichenden Regeln. Seit 2025 bestehen Doppelbesteuerungsabkommen mit 103 Ländern, darunter auch mit Deutschland seit 2002.

Der 2023 verabschiedete **Art Promotion Act** wird 2024–2027 schrittweise umgesetzt und bringt zwei für Marktteilnehmer zentrale Neuerungen: eine Meldepflicht für die Kunstservicebranche (ab Juli 2026 müssen Galerien,

Auktionshäuser und Kunstberatungen Gründung, Schließung und Änderungen melden) sowie ein Künstler-Folgerecht beim Weiterverkauf (ab Juli 2027, mit Ausnahmen u. a. für Werke unter 5 Mio. KRW). Deutsche Akteure sollten diese Stufen frühzeitig in ihre Markteintritts- und Vertriebsplanung einbeziehen.

Aus diesen Entwicklungen lassen sich konkrete **Empfehlungen für den Markteintritt** ableiten. Wie beim Eintritt in die meisten internationalen Kunstmärkte bieten sich mehrere Wege an: die Zusammenarbeit mit lokalen Galerien bei Ausstellungsprojekten, die gemeinsame Nutzung von Räumen oder die Durchführung von Pop-up-Ausstellungen oder die Nutzung verschiedener Angebote zu Künstlerresidenzen durch koreanische Fördereinrichtungen oder dem Goethe-Institut Korea.

Um jedoch tatsächlich mit aktiven Käufern in Kontakt zu kommen, gilt die Teilnahme an Kunstmessen als effizientester Hebel, um den Geschmack lokaler Sammler zu verstehen und den Markt einzuschätzen. Empfehlenswert ist ein schrittweises Vorgehen: zunächst ein kostengünstiger Markttest über ein neues Format wie die Art OnO, auch über eine Kooperationsausstellung mit einem lokalen Partner. Nach positiver Resonanz empfiehlt sich eine kontinuierliche Präsenz auf den Leitmessen in Seoul und Busan. Entscheidend ist in jedem Fall der frühzeitige Aufbau belastbarer lokaler Partnerschaften, da der koreanische Markt stark netzwerk- und beziehungsgetrieben ist.

International **wächst parallel die Nachfrage nach koreanischer Gegenwartskunst** und eröffnet Kooperationspotenziale für deutsche Unternehmen. 2025 zeigte Ayoung Kim Einzelausstellungen im Hamburger Bahnhof in Berlin und im MoMA PS1, während Tate Modern und Hayward Gallery große Schauen für Do Ho Suh bzw. Haegue Yang ausrichteten; Lee Bul folgte nach einer Auftragsarbeit im Metropolitan Museum (2024) mit einer Einzelausstellung im M+ in Hongkong (2026). Diese institutionelle Aufwertung, die durch die Präsentationen sowohl etablierter als auch junger koreanischer Künstler auf Art Basel Hong Kong weiter gestärkt wird, schafft für deutsche Galerien und Institutionen wertvolle Möglichkeiten, mit koreanischen Partnern sichtbare und tragfähige Kooperationen aufzubauen.

3.3 Aktuelle Vorhaben, Projekte und Ziele

Der koreanische Kunstmarkt ist – wie bereits erwähnt, derzeit von struktureller Neuausrichtung und hoher Experimentierfreude geprägt. Neue Messeformate wie Art OnO, die ein kuratiertes Einladungsprinzip verfolgt, oder die Hive Art Fair mit ihrem Verzicht auf Standgebühren sowie LOOP Lab Busan als hybrides Format aus Medienkunst, Messe und Diskurs hinterfragen klassische Marktmodelle. Für kleinere und experimentierfreudige Galerien senken diese Formate die Markteintrittsschwelle; für deutsche Galerien können sie daher einen vergleichsweise risikoarmen Einstieg in den koreanischen Markt bieten. Ergänzend stärken neue Formate wie die **Design Miami Seoul die Schnittstelle zwischen** Kunst, Design und internationalem Sammlermarkt.

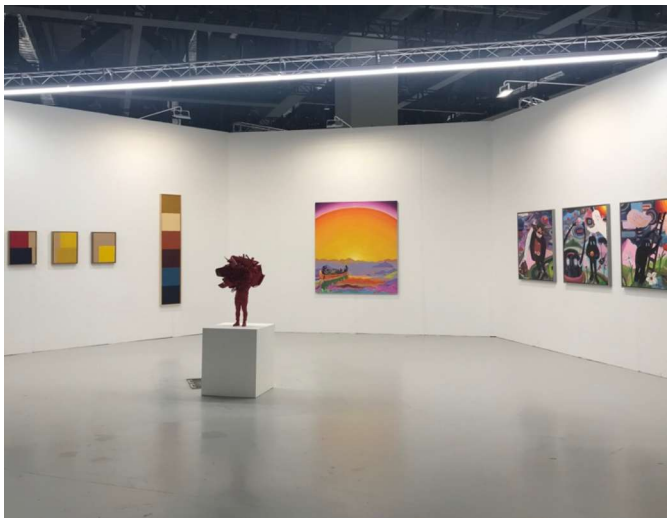


Abbildung 10: CHOI&CHOI auf der HIVE Art Fair

Parallel dazu prägt der **Bau neuer Museen die institutionelle Landschaft.** Im öffentlichen Sektor entstanden bzw. entstehen unter anderem 2025 das Photography Seoul Museum of Art und das Seo-Seoul Museum of Art. Auf regionaler Ebene verfolgt Shinan (Archipel im Südwesten, Provinz *Jeollanam-do)*, mit dem „Art Island Project“ ein langfristiges Kulturentwicklungsprojekt mit Museen, ortsspezifischen Installationen und internationalen Künstlern. Auch private Akteure investieren stark: Das **Centre Pompidou Hanwha**

wurde als Kooperation zwischen der Hanwha Foundation of Culture und dem Centre Pompidou realisiert (Eröffnung Juni 2026), die Eröffnung des **Park Seo-Bo Museum** Seoul ist als weiterer bedeutender Museumsneubau zur Seoul Art Week 2026 geplant.



Abbildung 11: Centre Pompidou Hanwha in Seoul

Diese Projekte schaffen konkreten Bedarf an Ausstellungsproduktion, Technik, Sammlungsaufbau, Architektur, Vermittlung und kuratorischer Beratung.

Auch international nehmen Kooperationen koreanischer Museen und Unternehmen an Bedeutung zu. Das MMCA intensiviert seine Zusammenarbeit mit internationalen Partnern wie dem SFMOMA, während Konzerne wie Hyundai und LG langfristige Kulturpartnerschaften mit Institutionen wie LACMA, Tate Modern und dem Guggenheim Museum verfolgen. Diese Entwicklungen zeigen die zunehmende Internationalisierung des koreanischen Kunstmarkts und schaffen ein Umfeld, in dem auch deutsche Institutionen, Galerien und Dienstleister mit klarem Profil attraktive Kooperationspartner sein können.

Für deutsche Architektur-, Planungs- und Technikunternehmen ist zudem die Pipeline öffentlicher Großprojekte bis 2032 besonders relevant. In Seoul entsteht mit der **Nodeul Global Art Island** ein groß angelegter Kulturstandort auf der Nodeul-Insel mit Parkflächen, Studios, Konzertsälen, Amphitheater und K-Pop Experience Center. In **Sejong City** wird ein nationales Museumszentrum mit mehreren spezialisierten Museen entwickelt, unter anderem zu Architektur, Design, digitalem Kulturerbe und Archivwesen. Zusätzlich plant Hyundai gemeinsam mit dem Exploratorium San Francisco ein **interaktives Wissenschaftsmuseum** im Global Business Complex. Diese Vorhaben eröffnen planbare Auftragschancen entlang der gesamten Wertschöpfungskette von Architektur über Ausstellungsgestaltung bis hin zu technischer Ausstattung.

Schließlich **positionieren sich auch die Leitmessen strategisch neu:** Kiaf Seoul 2026 stärkt mit einem externen Creative Director seine gestalterische und räumliche Profilierung, während Frieze Seoul mit neuen Sektionen wie „Material Practice“ und „Spotlight“ zusätzliche kuratorische Akzente setzt. Parallel erweitert Design Miami In Situ die internationale Präsenz designorientierter Formate in Asien. Von besonderer Signalwirkung ist die Entscheidung, den Vertrag zwischen Frieze und der Galleries Association of Korea um weitere fünf Jahre bis 2031 hinaus zu verlängern. Die im Dezember 2025 getroffene Vereinbarung stärkt damit Seouls langfristige Positionierung als internationaler Kunststandort.

3.4 Wettbewerbssituation

Die rasche Expansion des Kunstmarkts in Hongkong Anfang bis Mitte der 2010er-Jahre diente Mega-Galerien als Sprungbrett nach Seoul und Tokio: In Seoul begann Perrotin 2016, Pace und Lehmann Maupin folgten 2017. Die erste Frieze Seoul 2022 löste dann einen massiven Zustrom aus – zwischen 2021 und 2023 eröffneten u. a. Esther Schipper, Gladstone, Thaddaeus Ropac, Tang Contemporary Art und White Cube, 2024 folgten Meyer Riegger und Massimodecarlo. 2025 gründete Meyer Riegger mit der französischen Galerie Jocelyn Wolff die Meyer Riegger Wolff Gallery mit Standort im Bezirk Hannam; Gagosian verzichtete auf einen permanenten Raum und zeigte stattdessen zur Seoul Art Week 2025 eine Gemeinschaftsausstellung mit dem Amorepacific Museum of Art.

Diese Expansion wurde jedoch unterschiedlich fortgesetzt: VSF, König Galerie und Peres Projects schlossen oder pausierten Ihre Seouler Standorte 2025 nach vier bis sechs Jahren – ein Beleg für die hohe Wettbewerbsintensität und die besonderen Rahmenbedingungen des Marktes.

German Best Practices in Korea

Über die genannten Player hinaus sind weitere deutsche Galerien mit unterschiedlichen Geschäftsmodellen aktiv. Die Kölner Galerie CHOI CHOI ist seit 2016 mit einer Dependance in Seoul vertreten und zog 2025 vom Bukchon-Viertel in das aufstrebende Seodaemun-gu, nahe der Park Seo-bo

Foundation und dem neuen Park Seo-bo Museum. Sprüth Magers (Berlin) unterhält eine permanente Sales Associate vor Ort. Die Galerie Kornfeld (Berlin) ist seit sechs Jahren im Zielmarkt aktiv, nimmt an Kiaf und Art Busan mehrfach teil und präsentierte im Januar 2025, co-finanziert durch KAMS, mit der Gruppenausstellung „Ecocycle“ koreanische Nachwuchskünstler in Berlin. Die Nürnberger Galerie Bode stärkt ihre Ostasien-Präsenz seit 2007 mit einer Dependance in Daegu. Die Karlsruher Galerie Zwischen (PARK) setzt über Art Busan und BAMA Busan einen zweiten Schwerpunkt neben Seoul auf die Kunstmetropole Busan.

Auf der Frieze Seoul 2026 werden aus Deutschland Esther Schipper, Sprüth Magers, JARILAGER, Gaa und DIE GALERIE vertreten sein. Auf der diesjährigen Kiaf präsentieren sich die Galerien CHOI CHOI, DIE GALERIE, Galerie Zwischen (Park), Galerie Son, JARILAGER, Kornfeld, VON&VON und ZINK.



Abbildung 12: Galerie Meyer Riegger Wolff in Hannam, Seoul

Galerie Esther Schipper (Berlin, Seoul, Paris, New York), Interview mit Esther Schipper, CEO (Berlin, Juli 2026)

Wie kam es zu Ihrem Engagement in Korea?

Teilweise aus biografischen und familiären Gründen, aber auch aus Interesse und Neugier begann ich ab den 2000er-Jahren zunächst nach China zu reisen, mein Interesse am asiatischen Kunstmarkt wuchs parallel dazu. Ab den frühen 2010er-Jahren kamen regelmäßige Reisen nach China, Südkorea, Taiwan und Japan hinzu – insbesondere mit der wachsenden Präsenz der Art Basel Hongkong. Dabei zeigte sich schnell ein großes Interesse gerade aus Südkorea an unserem Programm, sodass ich zunehmend häufiger nach Seoul und in andere größere Städte Südkoreas reiste, um Beziehungen zur dortigen Sammlern zu pflegen.

2017 gründeten wir daher – unterstützt durch eine auf deutsche Unternehmen spezialisierte Kanzlei – eine Niederlassung in Korea, zunächst um Verkäufe zu vereinfachen. Ein zeitgleich angedachtes Galerieprojekt mit einem Sammler kam nicht zustande, die Gesellschaft blieb aber bestehen. Seither betreute, mit Unterbrechung der Covid-Jahre, dauerhaft eine Person vor Ort unsere Sammlerschaft und die lokalen Verkäufe. Aus der wachsenden Käuferbasis und dem auf zwei Mitarbeiterinnen erweiterten Team entstand aus zunächst geplanten Büroräumen rasch eine kleine Galerie mit kontinuierlichem Ausstellungsprogramm.

Ihre Einschätzung zum Zielmarkt Südkorea und Ostasien?

Der koreanische Markt ist derzeit spürbar zurückhaltender – vor allem wegen der Schwäche des Won gegenüber Euro und US-Dollar, die internationale Kunst für koreanische Sammler erheblich verteuert und sich unmittelbar auf die Kaufbereitschaft auswirkt. Demgegenüber bleibt der Markt in China sehr lebendig: Neben der ersten Sammlergeneration der 1990er-Jahre wächst eine deutlich jüngere, ambitionierte Käufergeneration heran, die zunehmend auch eigene private Museen eröffnet. Auch Taiwan entwickelt sich, getragen von seiner wirtschaftlichen Stärke, sehr positiv, mit immer anspruchsvolleren Sammlungen. Sobald sich der Won stabilisiert, dürfte sich die Zurückhaltung in Südkorea wieder legen. Langfristig halte ich die Region für einen der wichtigsten Märkte für zeitgenössische Kunst, nicht zuletzt wegen der international zunehmend sichtbaren und vielfältigen koreanischen Kunstszene.

Wo sehen Sie neue Entwicklungen?

Wir beobachten einen deutlichen Rückgang des Interesses koreanischer Kund:innen an internationalen Kunstpositionen, während das Interesse an einheimischen und asiatischen Künstler:innen wieder wächst. Dazu zählen auch Künstler:innen der Diaspora, etwa koreanisch-amerikanischer oder koreanisch-deutscher Positionen. Diese Entwicklung

stellen wir nicht nur in Südkorea fest, sondern in weiten Teilen Asiens, nach einem Jahrzehnt, in dem internationale Positionen im Vordergrund standen.

Was sind aus Ihrer Sicht die größten Risiken und Chancen für deutsche Galerien in Südkorea?

Das größte Risiko liegt im Kulturellen – vor allem in der Kommunikation: Welche Themen ansprechbar sind, wie man sich ausdrückt und wie das Miteinander funktioniert, unterscheidet sich in Südkorea spürbar vom gewohnten Geschäftsverkehr, ebenso das Verständnis von Hierarchien. Da unser Geschäft stark auf persönlichen Beziehungen beruht – zu Künstler:innen wie zu Kund:innen –, ist das für uns eine der größten Hürden im Ausland. Gleichzeitig bietet Südkorea enorme Chancen: eine dichte, bedeutende Sammlerbasis, starke Institutionen und gute Beziehungen zu Taiwan, Japan und China, die Strahlkraft in den gesamten asiatischen Raum ermöglichen.

3.5 Stärken und Schwächen des Marktes für die Branche

Die nachfolgende SWOT-Analyse bewertet die strukturellen Rahmenbedingungen des südkoreanischen Kunst- und Kreativmarktes mit Fokus auf den Kunstmarkt aus einer marktorientierten Perspektive. Ziel ist es, die zentralen Stärken und Schwächen des Zielmarktes sowie die daraus resultierenden Chancen und Risiken systematisch darzustellen. Auf dieser Grundlage können deutsche Unternehmen die Attraktivität des Marktes einschätzen und geeignete Ansatzpunkte für einen erfolgreichen Markteintritt identifizieren.

Stärken (Strengths):

Die Ausgangslage deutscher Anbieter ist vorteilhaft: Sie bringen ein Angebot mit, das der Nachfrage koreanischer Sammler entgegenkommt, und profitieren von einem stabilen rechtlichen Rahmen sowie von staatlichen und privaten Förderstrukturen.

- **Globaler KI-Boom und starke Halbleiter-Nachfrage (plus schwacher Won) stärken aktuell die Wirtschaft** (Gesamt-Exporte, 1. Quartal 2027: + 38 % gegenüber dem Vorjahreszeitraum; BIP-Prognose 2026: + 2,6 %). Diese Entwicklung sorgt für positives Konsumverhalten.
- Markt zeichnet sich durch eine **große Aufgeschlossenheit gegenüber neuen Trends,** Technologien, hohes Maß an Digitalisierung und Konsum von Luxusprodukten aus.
- **EU-Korea-Freihandelsabkommen (seit 2011):** Das Abkommen bildet eine solide rechtliche Basis für den Marktzugang; Kunstwerke der HS-Codes 9701–9706 sind zollfrei importierbar, was die Einfuhr für deutsche Galerien erheblich erleichtert.
- **Kulturelle Rückendeckung durch K-Culture:** Die globale Nachfrage nach koreanischem Lifestyle erhöht die allgemeine Aufmerksamkeit für den Standort und öffnet Anknüpfungspunkte auch für europäische Kunst und Galerien.
- **Klare Strategie zur Förderung der Kreativwirtschaft:** Unterstützung der Kunstwirtschaft durch staatliche und private Akteure, die auch direkte Fördermöglichkeit für deutsche Unternehmen bieten.

Schwächen (Weaknesses)

Diesen Stärken stehen strukturelle Schwächen gegenüber, die den Markteintritt anspruchsvoll machen und eine sorgfältige Vorbereitung erfordern.

- **Sprachbarriere:** Da Koreanisch die alleinige Amtssprache ist, ist bei der Abwicklung lokaler Geschäftstätigkeiten mit sprachlichen Hürden zu rechnen, von der Vertragsgestaltung über Behördenkontakte bis zur Sammlerkommunikation.
- **Schmale Sammlerbasis trotz großem Publikumsinteresse:** Seoul ist eher Publikums- als Käufermarkt. Die Zahl langfristig orientierter, zahlungskräftiger Sammler ist kleiner, als die hohe öffentliche Sichtbarkeit vermuten lässt.

- **K-förmige Marktkonsolidierung und schwacher Sekundärmarkt:**
  Die Auktionsumsätze fielen 2024 um 29 % gegenüber dem Vorjahr. Nur wenige Topwerke stützen die Gesamtzahlen, während das mittlere Preissegment (oberhalb von rund 50.000 USD) strukturell stagniert. Keine westliche Auktionshäuser im Vergleich zu Hongkong in Seoul aktiv.
- **Messensättigung:**
  Seit 2022 hat sich die Zahl der Kunstmessen in Seoul etwa verdoppelt – Ermüdungseffekte beim Publikum wie bei den Galeriebudgets sind erkennbar. Fortführung der Frieze-Seoul- und Kiaf-Kooperation für weitere Jahre noch offen.

Chancen (Opportunities)

Trotz dieser Schwächen überwiegen für langfristig orientierte Akteure die Chancen. Sie ergeben sich vor allem aus dem demografischen Wandel, der institutionellen Expansion und der zunehmenden internationalen Vernetzung des Standorts.

- **MZ-Generationswandel:**
  Die wachsende Zahl junger koreanischer Sammler:innen stellt eine große Chance für deutsche Galerien dar, die den Markt erschließen möchten. Koreanische Sammler:innen zeigen eine starke Präferenz und Vertrauen gegenüber europäischer Kunst (MZ-Sammler stellen bereits rund 24 % der Käufer (2023: 18 %), eine loyalere, langfristig orientierte Sammlerschaft mit wachsender Kaufkraft.)
- **Museumsboom als Nachfrageimpuls:**
  Bis 2028 entstehen allein in Sejong vier neue Nationalmuseen; hinzu kommen die Nodeul Global Art Island (370 Mrd. Won), das Centre Pompidou Hanwha und das Hyundai-Exploratorium (2032). Das erzeugt wachsenden Bedarf an kuratorischer Expertise, Leihgaben, Design, Ausstellungsgestaltung und Technik.
- **Seoul als asiatisches Gateway:**
  Über 50 internationale Galerien betreiben permanente Räume in Seoul; die gute Vernetzung nach Japan, Taiwan, Singapur und Hongkong macht die Stadt zum Sprungbrett für den gesamten asiatischen Raum.
- **Fortführung des Frieze-Seoul-Vertrags bis 2031:**
  Die erneute Fünfjahresverlängerung stärkt die internationale Wahrnehmung Seouls als Kunststandort.
- **Neue Messemodelle mit niedrigeren Einstiegshürden:**
  Die HIVE Art Fair (Mai 2026) verzichtet auf Standgebühren und ermöglicht internationalen Galerien einen kostenoptimierten Markttest.
- **September als internationaler Kulminationsmonat:**
  Frieze Seoul, Kiaf, Design Miami In Situ, Gwangju Biennale und Busan Biennale bündeln eine einmalige Konzentration internationaler Aufmerksamkeit – ein ideales Zeitfenster für Sichtbarkeit und Anbahnung.
- **Starke Affinität zu europäischer Kunst:**
  Koreanische Sammlerinnen und Sammler bevorzugen bei künftigen Ankäufen nach koreanischen Künstlern (44,1 %) europäische Positionen (17,9 %) – und damit deutlich vor amerikanischen (12,0 %). Dies ist ein strukturell günstiges Signal für deutsche Galerien.

Risiken (Threats)

Zugleich sollten deutsche Unternehmen mehrere Risiken einkalkulieren, die von den Rahmenbedingungen des geteilten Landes über die politische Lage bis zu marktinternen Warnsignalen reichen.

- **Risiko der Wirtschaft durch steigende Energie- und Rohstoffpreise infolge des Irankrieges.** Als rohstoffarmes Land ist Korea in hohem Maße auf Energieimporte angewiesen (70 % des Rohöls kommen aus Nahost).
- **Anhaltender Währungsdruck:**
  Der seit 2025 schwache Won verteuert importierte Kunstwerke für koreanische Käufer strukturell um etwa 10–20 % und erhöht zugleich die Transport- und Abwicklungskosten für ausländische Galerien.
- **Politische Instabilität:**
  Das Amtsenthebungsverfahren gegen Präsident Yoon Ende 2024 hat die Investitions- und Konsumlaune spürbar gedämpft; das regulatorische Umfeld bleibt vorerst im Beobachtungsmodus.

- **Steigende Kosten und geopolitische Lage:**
  Die Mieten in den galeriedichten Stadtteilen Gangnam und Hannam steigen weiter an. Zudem bestehen aufgrund des Status Südkoreas als geteiltes Land fortlaufend geopolitische Risiken.

Insgesamt zeigt die Analyse, dass der südkoreanische Kunstmarkt trotz seiner überschaubaren Größe, der laufenden Korrektur und struktureller Eintrittsbarrieren attraktive Potenziale für internationale Anbieter bietet. Für Akteure mit langem Zeithorizont und klarer Nische überwiegen die Chancen deutlich: Der Markteintritt erfolgt in eine sich verfestigende, reifende Marktstruktur und nicht in einen Zielmarkt, der von einem kurzlebigen Trend gekennzeichnet ist. Erfolgsentscheidend sind eine eindeutige Positionierung, der frühzeitige Aufbau lokaler Partnerschaften und eine konsequente Ausrichtung auf die wachsende junge Sammlerschicht und die institutionelle Nachfrage.

3.6 Besonderheiten der regionalen Kunst-Szenen

Der koreanische Kunstmarkt ist zwar stark auf Seoul konzentriert, doch eine bewusste regionale Ausrichtung hat in den letzten Jahren mehrere eigenständige Standorte mit klaren Profilen hervorgebracht. Während Seoul als kommerzielles und institutionelles Zentrum fungiert, haben sich Busan, Daegu und Gwangju jeweils eigene Schwerpunkte erarbeitet – von maritim geprägter Internationalität über die Verbindung von Tradition und Medienkunst bis hin zu einem global ausstrahlenden Biennale- und Medienkunstprofil. Für deutsche Unternehmen lohnt der differenzierte Blick: Je nach Geschäftsmodell - Galeriearbeit, Medienkunst, Ausstellungstechnik oder institutionelle Kooperation - bieten die einzelnen Städte unterschiedliche Anknüpfungspunkte.

Seoul

Seoul vereint die höchste Dichte an Kunstinfrastruktur des Landes: bedeutende öffentliche Museen (MMCA, SeMA), führende Privathäuser (Leeum) sowie eine dichte Ansammlung heimischer und internationaler Galerien, verteilt auf Stadtviertel wie Hannam, Gangnam, Bukchon und Seongsu. Die internationalen Messen Kiaf und Frieze Seoul finden hier jährlich statt; die Seoul Art Week Anfang September verwandelt die gesamte Stadt in einen Kulturfestivalort, in dem große Museen und Galerien ihre wichtigsten Programme des Jahres zeigen. Charakteristisch ist das kontinuierliche Experimentieren mit neuen Messeformaten (Art OnO 2024, HIVE 2026) und die aktive Neugründung junger Galerien, die den Ausstellungsraum für aufstrebende Künstler erweitern. Als Reaktion auf den globalen Technologie-Kunst-Trend baut die Stadt ihre öffentliche Medienkunst-Infrastruktur aus – mit dem spezialisierten Seo-Seoul Museum of Art, fünf Media Art Platforms und Festivals an Wahrzeichen wie Gwanghwamun und am Han-Fluss. Die Seoul Foundation for Arts and Culture (SFAC) treibt zudem die Umwandlung urbaner Räume in kulturelle Plattformen voran; Leitprojekt ist die Nodeul Global Art Island (Entwurf: Heatherwick Studio). Für deutsche Unternehmen ist Seoul der naheliegende Einstiegs- und Schaufenstermarkt.

Busan

Busan, Südkoreas zweitgrößte Stadt und ein globaler maritimer Knotenpunkt und Standort der Schwerindustrie, hat systematisch ein eigenständiges regionales Kunstökosystem aufgebaut. Im öffentlichen Sektor besteht eine klare Rollenteilung: Das Busan Museum of Art (1998, derzeit in Renovierung) deckt das breitere Spektrum moderner und zeitgenössischer Kunst ab, während sich das Busan Museum of Contemporary Art (2018) auf zeitgenössische Praktiken einschließlich New Media Art konzentriert. Die Busan Biennale – neben Gwangju eines der führenden Festivals zeitgenössischer Kunst – ist für 2026 vom 29. August bis 1. November unter dem Thema „Dissident Chorus“ geplant (künstlerische Leitung: Amal Khalaf und Evelyn Simons). Der private Sektor prägt die Szene über die internationale Messe Art Busan (seit 2012) und das hybride öffentlich-private Modell LOOP Lab Busan (seit 2025) mit Fokus auf asiatische digitale Medienkunst. Ergänzt wird das Ökosystem durch das Goeun Museum of Photography und

führende kommerzielle Räume wie die Johyun Gallery. Busan eignet sich besonders für Akteure mit Interesse an Medienkunst und einem zweiten Messestandort neben Seoul.

Kunststandort Daegu

Daegu, bedeutende Stadt im Südosten des Landes, stärkt seine Position durch die strategische Verbindung von traditioneller und zeitgenössischer Kunst. Das Daegu Art Museum (seit 2011) gewann mit Retrospektiven von Yayoi Kusama und Alex Katz nationale Anerkennung; das 2024 eröffnete Kansong Art Museum Daegu dient als Ort für die dauerhafte Präsentation koreanischer Kulturgüter, die Chun Hyungpil (Künstlername Kansong, 1906–1962) während der japanischen Kolonialzeit bewahrte. Besonders relevant für deutsche Partner: Der wohlhabende Bezirk Suseong-gu hat mit dem ZKM – Zentrum für Kunst und Medien in Karlsruhe – eine Absichtserklärung zur Zusammenarbeit im Bereich Medienkunst unterzeichnet und verfolgt den Aufbau eines 1

Medienkunstmuseums als Teil der Initiative „Art Museum City“. Die Daegu Photo Biennale (seit 2006), Koreas einzige ausschließlich der Fotografie gewidmete Biennale, ergänzt das Profil als internationale Plattform für experimentelle fotografische Praktiken. Führende Regionalgalerien wie Wooson und Leeahn haben ihre Wettbewerbsfähigkeit durch Expansion nach Seoul und Beteiligung an globalen Märkten gestärkt.

Gwangju

Gwangju, zentrale Stadt im Südwesten, gilt als bedeutendes kulturelles (kreatives) Zentrum, das die Werte seiner historischen Demokratiebewegungen in eine tiefe Quelle künstlerischer Inspiration überführt hat; 2014 wurde die Stadt zur UNESCO Creative City of Media Arts ernannt. Ihre künstlerische Grundlage prägen die Gwangju Biennale, die seit 1995 globale Diskurse der zeitgenössischen Kunst mitbestimmt, sowie das Asia Culture Center (ACC) auf dem historischen Gelände des ehemaligen Jeonnam Provincial Office – ein zentraler Knotenpunkt für konvergente Inhalte an der Schnittstelle von Kunst, Technologie und Geisteswissenschaften. Die Gwangju Media Art Platform (G.MAP) öffnet modernste digitale Kunst für die Öffentlichkeit. Eine starke industrielle Basis – Gwangjus spezialisierte Photonik- und LED-Industrie – schafft optimale Bedingungen für zukunftsorientierte Medienkunst und damit konkrete Anknüpfungspunkte für deutsche Technologie- und Kreativunternehmen. So entsteht eine systematische Synergie aus dem Diskurs der Biennale, der Produktionskraft des ACC und der öffentlichen Zugänglichkeit von G.MAP. Die 16. Gwangju Biennale findet vom 5. September bis 15. November 2026 unter dem Titel „You Must Change Your Life“ unter kuratorischer Leitung von Ho Tzu Nyen (Singapur) statt.

In der Zusammenschau ergänzen sich die vier Standorte zu einem differenzierten nationalen Kunstökosystem. Seoul bleibt der unverzichtbare Einstiegs- und Schaufenstermarkt mit der höchsten kommerziellen und institutionellen Dichte; Busan bietet einen internationalen Zweitstandort mit ausgeprägtem Medienkunstprofil und einem etablierten Messeplatz; Daegu verbindet kulturelles Erbe mit einer aktiven, bereits nach Deutschland gerichteten Medienkunst-Agenda (ZKM-Kooperation); und Gwangju verknüpft globalen Biennale-Diskurs mit konkreter industrieller Kompetenz in Photonik und LED. Für deutsche Unternehmen empfiehlt sich daher ein gestaffeltes Vorgehen: der Markteintritt über Seoul, ergänzt um gezielte Kooperationen an jenen regionalen Standorten, die zum jeweiligen Geschäftsmodell passen. Gerade im wachstumsstarken Feld der Medienkunst eröffnen die Regionen jenseits der Hauptstadt überdurchschnittliche und vergleichsweise wettbewerbsarme Anknüpfungspunkte.

4 Kontaktadressen

Institution	Kurzbeschreibung
	Bilaterale Kontaktadressen
Deutsche Botschaft in Seoul Deutsche Botschaft Seoul	Auslandsvertretung der Bundesrepublik Deutschland in der Republik Korea. Relevante Anlaufstelle für bilaterale Beziehungen, deutsche Präsenz in Korea und übergeordnete institutionelle Kontakte.
Botschaft der Republik Korea in Berlin Koreanische Botschaft in Berlin	Auslandsvertretung der Republik Korea in Deutschland. Relevante Anlaufstelle für offizielle Korea-bezogene Kultur-, Wirtschafts- und Institutionskontakte in Deutschland.
Goethe-Institut Korea Goethe Korea	Zentrale deutsche Kulturinstitution in Seoul und wichtige Schnittstelle für deutsch-koreanischen Kulturaustausch. Geeignet für Kontakte zu Kulturinstitutionen, Künstlerinnen und Künstlern sowie Kooperationspartnern.
AHK Korea / Korean-German Chamber of Commerce and Industry (KGCCI) AHK Korea	Deutsch-Koreanische Industrie- und Handelskammer mit Sitz in Seoul. Unterstützt Unternehmen beim Markteintritt, bei Marktinformationen, Geschäftspartnerrecherchen und Netzwerkaufbau und bildet eine institutionelle Schnittstelle für bilaterale Wirtschaftsbeziehungen.
Koreanisches Kulturzentrum Deutschland Koreanisches Kulturzentrum	Kulturabteilung der Botschaft der Republik Korea in Deutschland. Relevanter Kontakt für koreanische Kulturprogramme, Ausstellungen und deutsch-koreanische Vernetzung in Deutschland.
	Koreanische Ministerien, öffentliche Einrichtungen, Stiftungen und Verbände
Ministry of Culture, Sports and Tourism MCST	Zentrales Kulturministerium für Kulturpolitik, Kreativwirtschaft, Kunstmarkt, Museen, Kulturerbe und gesetzliche Rahmenbedingungen. Relevant für Regulierungen wie Art Promotion Act und Marktstatistiken.
Korea Arts Management Service KAMS	Einrichtung unter dem Kulturministerium. Unterstützt bildende und darstellende Kunst, internationale Fachbesuche, Ausstellungen, Übersetzungen, Publikationen und Messebeteiligungen koreanischer Galerien.
Arts Council Korea ARKO	Nationale Kunstförderagentur Koreas. Fördert künstlerische Produktion, internationalen Austausch, Residenzen, öffentliche Programme und den Korean Pavilion bei der Biennale von Venedig.
Seoul Foundation for Arts and Culture SFAC	Städtische Kulturstiftung für Künstlerförderung, Art Spaces, Residenzen, Ausstellungsräume, Bildungsformate und internationale Kulturprogramme. Relevant für städtische Kunstinfrastruktur und Projekte wie Nodeul Global Art Island.
Seoul Metropolitan Government / Nodeul Global Art Island Project Nodeul Global Art Island Project	Städtisches Kultur- und Stadtentwicklungsprojekt zur Weiterentwicklung der Nodeul-Insel im Han-Fluss zu einer internationalen Kunst- und Kulturplattform. Gestaltungsauftrag an Heatherwick Studio.
Nodeul Island Nodeul Island	Kultur- und Veranstaltungsinsel im Han-Fluss mit Musik-, Ausstellungs- und Aufenthaltsräumen. Die Insel steht für Seouls Strategie, urbane Räume als öffentliche Kulturplattformen zu nutzen.
Korea Foundation Korea Foundation	Öffentliche Diplomatie- und Kulturstiftung unter dem Außenministerium. Relevante Anlaufstelle für Korea-bezogene Kulturprogramme, internationale Netzwerke und institutionelle Kooperationen.
Korea Heritage Service Korean Heritage Service	Staatliche Institution für Erhalt und Vermittlung des nationalen Kulturerbes. Relevant für traditionelle Kunst, Kulturgüter, Denkmalschutz, Museen und historische Sammlungen.
Korea Craft & Design Foundation KCDF	Öffentliche Organisation zur Förderung von koreanischem Kunsthandwerk, Design und Hanbok. Wichtig für Schnittstellen zwischen Kunst, Design, Handwerk, Ausstellungen und Kulturprodukten.
Galleries Association of Korea Korea Galleries	Zentrale Interessenvertretung koreanischer Galerien seit 1976. Veranstalterin bzw. Co-Organisatorin wichtiger Messen wie Galleries Art Fair und Kiaf Seoul; wichtiger Erstkontakt für Branchenzugang.
ICOM Korea ICOM	Koreanisches Komitee des internationalen Museumsnetzwerks ICOM. Relevant für Museumsstandards, Fachkontakte, Forschung, Weiterbildung und internationale Museumsvernetzung.
PARK SEO-BO Foundation (GIZI Foundation) Park Seo-Bo Foundation	Private Kunststiftung, 2019 von Park Seo-Bo gegründet. Widmet sich der Bewahrung seines künstlerischen Erbes und der Förderung zukünftiger Künstlerinnen und Künstler.
Korean Institute of Architects KIA	Wichtiger Berufsverband für Architektur. Relevante Anlaufstelle für fachliche Netzwerke, Ausstellungen, internationale Kooperationen und Architekturthemen.
Federation of Institutes of Korean Architects FIKA	Dachorganisation der drei großen koreanischen Architekturverbände KIA, AIK und KIRA. Relevant für institutionelle Architekturkontakte und internationale Verbandsarbeit.
Architectural Institute of Korea AIK	Fachverband mit Fokus auf Architekturwissenschaft, Forschung, Baukultur und akademische Netzwerke. Relevant für Hochschul- und Forschungskontakte im Bereich Architektur und Stadtentwicklung.
Korea Institute of Registered Architects KIRA	Berufsverband registrierter Architektinnen und Architekten. Relevant für berufspraktische Fragen, Architekturbüros und professionelle Standards im koreanischen Architekturmarkt.

Institution	Kurzbeschreibung
Ministry of Land, Infrastructure and Transport MOLIT	Koreanisches Ministerium für Land, Infrastruktur und Verkehr. Relevant für Architektur, Bauwesen, Stadtentwicklung, Infrastruktur, Planungsleistungen und öffentliche Bau- bzw. Museumsprojekte.
	Galerien Seoul
Kukje Gallery Kukje	Eine der führenden koreanischen Galerien in Seoul und Busan. Präsentiert koreanische und internationale Positionen auf wichtigen Messen wie Art Basel und Frieze und bringt internationale Kunst in die koreanische Szene.
Gallery Hyundai Gallery Hyundai	1970 gegründete Traditionsgalerie und eine der wichtigsten Galerien Koreas. Bedeutend für koreanische moderne und zeitgenössische Kunst sowie internationale Messepräsenz.
Hokgojae Gallery Hakgojae	Etablierte Galerie im Umfeld von Samcheong-dong mit Fokus auf moderne und zeitgenössische Kunst. Verbindet koreanische Positionen mit internationaler Ausstellungspraxis
ARARIO Gallery Arario	Bedeutende Galerie mit Seoul-, Cheonan- und Shanghai-Präsenz. Relevantes Beispiel für internationale Expansion koreanischer Galerien und Austausch mit dem chinesischen Kunstmarkt.
PKM Gallery PKM	Führende Galerie mit internationaler Messepräsenz, u. a. Art Basel Hong Kong und Frieze. Das Programm umfasst koreanische und internationale Künstlerinnen und Künstler.
Gallery Baton Baton	2011 gegründete Galerie mit stark international orientiertem Programm. Aktiv auf Kunstmessen in Asien, Europa und Amerika; wichtig für koreanische und internationale Gegenwartskunst.
CHOI&CHOI Gallery CHOI&CHOI	Galerie mit Standorten in Seoul und Köln. Besonders relevant als deutsch-koreanische Schnittstelle zwischen europäischem und koreanischem Kunstmarkt sowie als möglicher Praxis- und Netzwerkkontakt.
Cylinder Cylinder	Junge Galerie, gegründet 2020. Experimentelles Programm mit aufstrebenden zeitgenössischen Positionen und internationaler Messepräsenz, u. a. Liste Basel und Frieze Seoul.
IAH Gallery IAH	Junge Galerie mit internationaler Ausrichtung. Relevante Messebeteiligungen u. a. Kiaf, Art Busan, Art OnO, BAMA und Art Jakarta; interessant für neue koreanische Positionen.
ONE AND J. Gallery One and J.	Etablierte Galerie mit Fokus auf zeitgenössische Kunst und koreanische sowie internationale Positionen. Relevant für die junge bis mittlere Galerieszene und internationale Messekontakte.
P21 Gallery P21	Galerie im Yongsan/Itaewon-Umfeld mit Schwerpunkt auf zeitgenössischer Kunst. Relevant für die dynamische Galerieszene in Hannam/Itaewon und Kontakte zu jüngeren Sammlergruppen.
ThisWeekendRoom ThisWeekEndRoom	Zeitgenössische Galerie mit Fokus auf junge und experimentelle künstlerische Positionen. Sie arbeitet mit aufstrebenden Künstlerinnen und Künstlern und gehört zur jüngeren Galerieszene Seouls.
Xlarge Gallery Xlarge	Kleinere Galerie mit wohnungsähnlichem und experimentellem Ausstellungsformat. Sie steht für alternative Galerieräume und neue Präsentationsformen in Seoul.
N/A Gallery N/A	Junge Galerie mit internationaler Ausrichtung. Sie vertritt auch junge Künstlerinnen und Künstler aus Deutschland und war unter anderem bei der Liste Art Basel präsent.
Perrotin Seoul Perrotin Seoul	Internationale Galerie mit Seoul-Standort seit 2016. Ihre Eröffnung markierte einen frühen Schritt der Expansion globaler Mega-Galerien in die koreanische Hauptstadt.
Pace Gallery Seoul Pace Seoul	Internationale Galerie mit Seoul-Präsenz seit 2017. Der Standort ist Teil der globalen Expansion großer Galerien in den koreanischen Kunstmarkt
Lehmann Maupin Seoul Lehmann Maupin	Internationale Galerie mit Seoul-Standort seit 2017. Sie gehört zu den internationalen Akteuren, die den Wettbewerb globaler Galerien in Korea geprägt haben.
Thaddaeus Ropac Seoul Thadaeus Ropac	Europäische Blue-Chip-Galerie mit Seoul-Standort im Hannam-dong-Umfeld. Der Standort verkörpert die Präsenz europäischer Galerien im koreanischen Markt.
Esther Schipper Seoul Esther Schipper	Berliner Galerie mit Seoul-Standort bzw. Viewing Room. Die Präsenz verbindet den deutschen Galeriemarkt mit dem Hannam-Galeriecluster in Seoul.
Meyer Riegger Wolff Meyer Riegger	Deutsch-französisch geprägte Galeriepräsenz in Seoul, entstanden aus Meyer Riegger und Galerie Jocelyn Wolff. Sie steht für europäische Kooperationsmodelle im koreanischen Markt.
Gladstone Gladstone	Gladstone Gallery baute im Zuge der internationalen Galerieexpansion eine Präsenz in Seoul auf. Der Standort ergänzt das internationale Netzwerk der Galerie.
Tang Contemporary Art Seoul Tang Contemporary	Internationale Galerie mit asiatischer Ausrichtung und Seoul-Präsenz. Sie verbindet koreanische, chinesische und internationale Kunstmärkte.
White Cube Seoul White Cube	White Cube Seoul ist der Standort des internationalen Galerie in Südkorea. Das Programm umfasst moderne und zeitgenössische Kunst aus dem internationalen Galerieprofil.
Massimodecarlo Seoul Massimo De Carlo	Internationale Galerie mit Seoul-Standort seit 2024. Die Eröffnung ergänzt die zunehmende Verdichtung internationaler Galeriepräsenzen in der Stadt.
König Galerie Seoul König Galerie	KÖNIG Seoul eröffnete im April 2021. Der Standort ist Teil der internationalen Präsenz der Berliner Galerie und präsentiert zeitgenössische Kunst aus dem Galerieprogramm.

Institution	Kurzbeschreibung
	Galerien Busan, Daegu
Johyun Gallery Johyun	Führende Galerie aus Busan mit späterer Expansion nach Seoul. Sie verbindet die regionale Kunstszene Busans mit internationaler Messepraxis und dem nationalen Markt.
Wooson Gallery Woosun	Etablierte Galerie mit Ursprung in Daegu. Sie gehört zu den koreanischen Galerien, die während des Marktbooms der 2010er-Jahre international expandierten, insbesondere über Messen in Hongkong.
Leeahn Gallery Leeahn	Etablierte koreanische Galerie mit Ursprung in Daegu und späterer Expansion nach Seoul. Das Programm umfasst koreanische Gegenwartskunst und internationale Messebeteiligung.
Bode Gallery Bode Gallery	Deutsche Galerie mit Präsenz in Südkorea, insbesondere in Daegu. Sie steht für einen bestehenden deutschen Markteintritt außerhalb Seouls.
	Museen
National Museum of Modern and Contemporary Art, Korea (MMCA Seoul) MMCA	Führendes nationales Museum für moderne und zeitgenössische Kunst. Der Seoul-Standort verbindet historische Architektur mit zeitgenössischen Ausstellungen, Medienkunst und Unternehmenspartnerschaften.
Seoul Museum of Art (SeMA) SeMA	Zentrale städtische Museumsinstitution mit vernetztem Standortmodell. Das Netzwerk umfasst zeitgenössische Kunst, Medienkunst, Fotografie, öffentliche Programme, Archivarbeit und städtische Kulturinfrastruktur.
Photography Museum of Art / Photo SeMA Photo SeMA	Öffentliches Museum des Seoul Museum of Art mit Schwerpunkt Fotografie und visuelle Kultur. Der Standort in Dobong-gu erweitert die Museumslandschaft Seouls um einen spezialisierten Raum für fotografische Kunst.
Seo-Seoul Museum of Art	Neuer SeMA-Standort mit strategischem Fokus auf zeitgenössische Medienkunst, darunter Video, Sound, digitale Installationen, Performance und internetbasierte Kunst.
Leeum Museum of Art Leeum	Führendes privates Museum der Samsung Foundation of Culture. Die Sammlung reicht von traditioneller koreanischer Kunst bis zu internationaler Gegenwartskunst; die Architektur stammt von Mario Botta, Jean Nouvel und Rem Koolhaas.
Whanki Museum Whanki	Privates Museum zum Leben und Werk des koreanischen abstrakten Künstlers Kim Whanki. Es bewahrt Gemälde, Skizzen und Archivmaterialien zur modernen koreanischen Abstraktion.
Amorepacific Museum of Art Amorepacific	Privates Museum am Hauptsitz von Amorepacific. Bekannt für ostasiatische Antiquitäten, ambitionierte Gegenwartskunstausstellungen und das von David Chipperfield entworfene Gebäude.
Nam-Seoul Museum of Art Nam-Seoul	Außenstelle des Seoul Museum of Art in Gwanak-gu, untergebracht im ehemaligen belgischen Konsulat. Der Standort konzentriert sich besonders auf Design, Kunsthandwerk und alltagsnahe Ausstellungsformate.
Buk-Seoul Museum of Art Buk-Seoul	Außenstelle des Seoul Museum of Art im Nordosten Seouls, eingebettet in eine parkähnliche Umgebung. Das Museum bietet zeitgenössische Ausstellungen und öffentliche Programme mit starkem Bezug zu lokalen Gemeinschaften und Familien.
Art Archives Seoul Museum of Art Art Archives Seoul	Archivmuseum des Seoul Museum of Art in Jongno-gu, das Kunstarchive sammelt, bewahrt, erforscht und öffentlich zugänglich macht. Es ist besonders auf Dokumentation, Forschung und die Geschichte moderner und zeitgenössischer Kunst ausgerichtet.
Park Seo-Bo Museum Park Seo-Bo	Geplantes Museum zu Leben und Werk von Park Seo-Bo. Soll Ausstellungen, Archivarbeit und ein Memorial zur künstlerischen Vision des Dansaekhwa-Künstlers ermöglichen.
Busan Museum of Art Busan Museum of Art	1998 gegründetes öffentliches Kunstmuseum in Busan. Es deckt ein breites Spektrum moderner und zeitgenössischer Kunst ab und bildet eine zentrale Institution der regionalen Kunstinfrastruktur.
Museum of Contemporary Art Busan MOCA Busan	Öffentliches Museum für zeitgenössische Kunst auf Eulsukdo Island. Das Programm konzentriert sich auf aktuelle künstlerische Praktiken, digitale Kunst und New Media Art.
GoEun Museum of Photography GoEun Museum of Photography	Spezialisiertes Museum für Fotografie in Busan. Es ist Teil des regionalen Kunstökosystems und widmet sich Fotografie, visueller Kultur und Ausstellungsprogrammen.
Daegu Art Museum Daegu Art Museum	Zentrales Kunstmuseum Daegus. Seit 2011 zeigt es moderne und zeitgenössische Kunst und wurde durch große internationale Ausstellungen, unter anderem zu Yayoi Kusama und Alex Katz, bekannt.
Kansong Art Museum Daegu Kansong	2024 eröffnete Institution zur dauerhaften Präsentation koreanischer Kulturgüter, die von Chun Hyungpil während der japanischen Kolonialzeit bewahrt wurden.
I Suseong-gu Media Art Museum Initiative / ZKM-Kooperation	Geplante Medienkunstinitiative im Bezirk Suseong-gu. Grundlage ist eine Absichtserklärung mit dem ZKM Karlsruhe zum Austausch im Bereich Medienkunst.
Ho-Am Art Museum Leeum Hoam	Privates Museum der Samsung Foundation of Culture mit Fokus auf traditionelle koreanische Kunst und Antiquitäten sowie ausgewählte Gegenwartskunstausstellungen. Bekannt ist das Museum auch für seine Gartenanlage.
Museum SAN Museum San	Privates Museum der Hansol Cultural Foundation in Wonju. Bekannt für die Architektur von Tadao Ando, die Verbindung von Kunst und Natur sowie Installationsräume für James Turrell und Antony Gormley.

Institution	Kurzbeschreibung
	Kunstzentren, Sammlungen und Auktionshäuser
Art Sonje Center Art Sonje Center	Gemeinnütziges Zentrum für zeitgenössische Kunst. Das Programm umfasst experimentelle Praktiken, multidisziplinäre Projekte, Auftragsarbeiten, Bildungsprogramme und Filmvorführungen.
SONGEUN Art and Cultural Foundation / Songeun Art Center Songeun Art Center	Unternehmensgestützte gemeinnützige Kunstinstitution der Doosan Group. Sie betreibt Programme zur Künstlerförderung, Residenzen, Kunstpreise und private Unterstützung im Kunstsektor.
Space K Seoul Space K	Unternehmensgestützter Kunstraum der KOLON Group. Die Plattform zeigt experimentelle Ausstellungen koreanischer und internationaler Künstlerinnen und Künstler.
Doosan Art Center Doosan Art Center	Unternehmensgestützte gemeinnützige Kunstinstitution der Doosan Group. Sie betreibt Programme zur Künstlerförderung, Residenzen, Kunstpreise und private Unterstützung im Kunstsektor.
Arumjigi Foundation Arumjigi Foundation	Stiftung zur Bewahrung und zeitgemäßen Weiterentwicklung traditioneller koreanischer Kultur. Ihre Arbeit verbindet Kunst, Design, Handwerk, Architektur und Kulturerbe.
Total Museum of Contemporary Art Seoul Total Museum	Privates Museum für zeitgenössische Kunst in Seoul. Das Haus zeigt experimentelle Ausstellungsprogramme und gehört zur privaten Museumslandschaft Koreas.
FUTURA SEOUL Futura	Art Space und Sammlung für zeitgenössische Kunst in Bukchon, eröffnet im September 2024. Der Ort steht für neue private Kunstorte und Sammlungskonzepte in Seoul.
Centre Pompidou Hanwha Centre Pompidou Hanwha	Neuer Museumsstandort im 63 Building in Yeouido, entstanden aus einer Partnerschaft zwischen der Hanwha Foundation of Culture und dem Centre Pompidou Paris. Die Architektur stammt von Jean-Michel Wilmotte.
Hanwha Foundation of Culture Hanwha Foundation	Kulturstiftung der Hanwha Group. Sie betreibt kulturelle Förderprogramme und ist Partnerin des Centre Pompidou Hanwha in Seoul.
Asia Culture Center (ACC) ACC	Internationales Kulturzentrum auf dem historischen Gelände des ehemaligen Jeonnam Provincial Office. Es verbindet Kunst, Technologie, Forschung, asiatische Kulturproduktion und konvergente Inhalte.
Gwangju Media Art Platform (G.MAP)	Spezialisierter städtischer Ort für digitale Kunst. Die Plattform stärkt Gwangjus Profil als UNESCO Creative City of Media Arts und macht Medienkunst öffentlich zugänglich.
Shinan Art Island Project	Regionale Initiative zum Aufbau von Museen und ortsspezifischen Installationen auf den Inseln von Shinan. Beteiligt sind unter anderem internationale Künstler wie Antony Gormley und Yukinori Yanagi.
HYUNDAI Motorstudio Goyang Motorstudio Hyundai	Kultur- und Markenraum von Hyundai mit musealem Ausstellungscharakter. Die Ausstellungskonzeption stammt von Atelier Brückner aus Stuttgart.
Seoul Auction Seoul Auction	1998 gegründetes erstes Auktionshaus Koreas und führender Akteur im Sekundärmarkt. Das Haus veranstaltet Live- und Online-Auktionen.
K Auction K Auction	2005 gegründetes Auktionshaus und einer der beiden dominierenden Akteure im koreanischen Auktionsmarkt. Das Angebot umfasst Auktionen, Konsignation und Private Sales.
	Kunstmessen und Biennalen
Kiaf Seoul Kiaf	Internationale Kunstmesse, 2002 von der Galleries Association of Korea gegründet. Sie ist eine zentrale Plattform der koreanischen Galerieszene und findet seit 2022 parallel bzw. gemeinsam mit Frieze Seoul während der Seoul Art Week statt.
Frieze Seoul Frieze	Internationale Kunstmesse mit führenden globalen Galerien, seit 2022 in Seoul. Die Messe umfasst Antiquitäten, moderne und zeitgenössische Kunst und hat Seouls Position als asiatische Kunstmetropole gestärkt.
Seoul Art Week Seoul Art Week	Stadtweite Kunstwoche Anfang September parallel zu Kiaf und Frieze Seoul. Museen, Galerien und Kulturorte bündeln dabei ihre wichtigsten Ausstellungsprogramme.
Frieze House Seoul Frieze House	Kuratiertes Ausstellungs- und Galerieraumformat von Frieze in Seoul. Es erweitert die Präsenz der Marke Frieze über die Messetage hinaus.
Art OnO Art OnO	Boutique-Kunstmesse, 2024 von einem jungen koreanischen Sammler gegründet. Sie ist bekannt für kuratierten Ansatz, selektive Galerieauswahl und eine jüngere Sammlerschaft.
Galleries Art Fair Galleries Art Fair	Von der Galleries Association of Korea organisierte Messe. Sie bildet eine Plattform für den koreanischen Binnenkunstmarkt und die lokale Sammlerszene; die Teilnahme ist auf Mitgliedsgalerien beschränkt.
The Preview The Preview	Seit 2021 bestehende kleinere Messe für junge Galerien und aufstrebende Künstlerinnen und Künstler. Ort und Zeitraum variieren; die Ausgabe 2026 fand in der S Factory in Seongsu statt.
Hive Art Fair Hive Art	Neue Messeplattform, erstmals 2026 veranstaltet. Sie verzichtet auf klassische Standmieten und legt den Fokus auf die kuratorische Eigenständigkeit der Galeriestände.
Design Miami Seoul Design Miami	Internationale Designmesse mit Schwerpunkt auf Sammlerstücken, Designobjekten und Schnittstellen zwischen Kunst, Design und Architektur. Sie ergänzt die kulturelle Verdichtung Seouls im September.
Art Busan Art Busan	2012 gegründete internationale Kunstmesse in Busan. Sie verbindet Blue-Chip-Kunst mit Plattformen für aufstrebende Talente und macht die regionale Sammlerszene sichtbar.

Institution	Kurzbeschreibung
BAMA (Busan Annual Market of Art) BAMA	Von der Galleries Association of Busan organisierte internationale Kunstmesse. Sie erschließt den regionalen Kunstmarkt Busans und bringt Galerien, Sammlerinnen und Sammler zusammen.
Loop Lab Busan Loop Lab	Seit 2025 bestehende hybride Plattform für asiatische digitale Medienkunst. Sie umfasst Ausstellungen, akademische Foren und ein Messeformat.
Busan Biennale Busan Biennale	Internationales Festival für zeitgenössische Kunst neben der Gwangju Biennale. Die Ausgabe 2026 ist vom 29. August bis 1. November unter dem Thema „Dissident Chorus“ geplant.
Gwangju Biennale Gwangju Biennale	1995 gegründete führende Biennale Asiens und zentrale Plattform für globale Diskurse zeitgenössischer Kunst. Die 16. Ausgabe 2026 trägt den Titel „You Must Change Your Life“.
Daegu Design Biennale	Internationale Designbiennale in Gwangju. Sie ergänzt die Gwangju Art Biennale und verbindet Design, Medienkunst, Stadtentwicklung und Kreativwirtschaft.
Daegu Photo Biennale Daegu Photo	Seit 2006 Koreas einzige Biennale, die ausschließlich der Fotografie gewidmet ist. Sie präsentiert internationale fotografische Praktiken und zeitgenössische Bildkultur.
DongGang International Photo Festival DongGang International Photo Festival	Internationales Fotofestival in Yeongwol. Es verbindet zeitgenössische Fotografie, Ausstellungen und regionale Kulturentwicklung außerhalb der großen Metropolen.

5 Quellen

Ministry of Culture, Sports and Tourism (2026). 2024 Content Industry Statistics, https://www.mcst.go.kr/english/statistics/statistics.jsp?pType=02, [Zugriff: 18. Juli 2026].

Ministry of Culture, Sports and Tourism (2025). Survey on the Art Market 2025, https://gokams.or.kr/05_know/data_view.aspx?Idx=1261&ddlKeyfield=T&flag=0&page=1&txtKeyword=, [Zugriff: 18. Juli 2026].

Art Basel / UBS (2026). The Art Basel and UBS Global Art Market Report 2026, https://www.artbasel.com/stories/the-art-basel-and-ubs-global-art-market-report-2026?lang=en, S. 23, [Zugriff: 18. Juli 2026].

Korea.kr (2026). Policy News, https://www.korea.kr/news/policyNewsView.do?newsId=148956541, [Zugriff: 18. Juli 2026].

Ministry of Culture, Sports and Tourism (2026). Pressemitteilung, https://www.mcst.go.kr/site/s_notice/press/pressView.jsp?pSeq=22266, [Zugriff: 18. Juli 2026].

Korea JoongAng Daily (2026). Korea's content industry wave breaks export records, https://koreajoongangdaily.joins.com/news/2026-02-27/national/socialAffairs/Koreas-content-industry-wave-breaks-export-records/2533364, [Zugriff: 18. Juli 2026].

Dongdaemun Design Plaza (o. J.). DDP, https://ddp.or.kr, [Zugriff: 18. Juli 2026].

Arts Council Korea (o. J.). ARKO, https://www.arko.or.kr/eng/index, [Zugriff: 18. Juli 2026].

Korea Arts Management Service (o. J.). KAMS, https://www.gokams.or.kr/eng/main/main.aspx, [Zugriff: 18. Juli 2026].

Kukje Gallery (o. J.). Kukje Gallery, https://www.kukjegallery.com/, [Zugriff: 18. Juli 2026].

PKM Gallery (o. J.). PKM Gallery, https://www.pkmgallery.com/, [Zugriff: 18. Juli 2026].

ARARIO Gallery (o. J.). ARARIO Gallery, https://www.arariogallery.com/, [Zugriff: 18. Juli 2026].

Gallery Hyundai (o. J.). Gallery Hyundai, https://www.galleryhyundai.com/main, [Zugriff: 18. Juli 2026].

Johyun Gallery (o. J.). Johyun Gallery, https://www.johyungallery.com/, [Zugriff: 18. Juli 2026].

Leeahn Gallery (o. J.). Leeahn Gallery, http://www.leeahngallery.com/, [Zugriff: 18. Juli 2026].

Wooson Gallery (o. J.). Wooson Gallery, https://www.woosongallery.com/, [Zugriff: 18. Juli 2026].

Gallery Baton (o. J.). Gallery Baton, https://gallerybaton.com/ko/, [Zugriff: 18. Juli 2026].

Sangheeut (o. J.). Sangheeut, https://sangheeut.net/, [Zugriff: 18. Juli 2026].

Cylinder Seoul (o. J.). Cylinder, https://www.cylinderseoul.com/, [Zugriff: 18. Juli 2026].

Shower Seoul (o. J.). Shower, https://www.showerseoul.com/, [Zugriff: 18. Juli 2026].

National Museum of Modern and Contemporary Art, Korea (o. J.). MMCA, https://www.mmca.go.kr/eng/, [Zugriff: 18. Juli 2026].

Seoul Museum of Art (o. J.). SeMA, https://sema.seoul.go.kr/en/index, [Zugriff: 18. Juli 2026].

Leeum Museum of Art (o. J.). Leeum Museum of Art, https://www.leeumhoam.org/leeum, [Zugriff: 18. Juli 2026].

Amorepacific Museum of Art (o. J.). Amorepacific Museum of Art, https://apma.amorepacific.com/index.do, [Zugriff: 18. Juli 2026].

Whanki Museum (o. J.). Whanki Museum, http://whankimuseum.org/, [Zugriff: 18. Juli 2026].

Museum SAN (o. J.). Museum SAN, https://www.museumsan.org/, [Zugriff: 18. Juli 2026].

K Auction (o. J.). K Auction, https://www.k-auction.com/, [Zugriff: 18. Juli 2026].

Seoul Auction (o. J.). Seoul Auction, https://www.seoulauction.com/, [Zugriff: 18. Juli 2026].

Art Sonje Center (o. J.). Art Sonje Center, https://artsonje.org/en/, [Zugriff: 18. Juli 2026].

SONGEUN Art and Cultural Foundation (o. J.). SONGEUN, https://songeun.or.kr/en, [Zugriff: 18. Juli 2026].

Space K (o. J.). Space K, https://www.spacek.co.kr/index.do, [Zugriff: 18. Juli 2026].

Korea Arts Management Service (2025). Research on Korean Art Buyers.

Seoul National University / Paradise Cultural Foundation (2025). Korea Art Market 2025, https://www.koreami.org/wp-content/uploads/2025/12/korea-art-report-2025.pdf, [Zugriff: 18. Juli 2026].

K-Art Now (2026). Frieze Seoul vs Art Basel Hong Kong, Where Is the Center of the Asian Art Market?, https://k-artnow.com/posts.php?co_id=1777349789, [Zugriff: 18. Juli 2026].

The Korea Herald (2026). Artikel zum koreanischen Kunstmarkt, https://www.koreaherald.com/article/10629788, [Zugriff: 18. Juli 2026].

Korea JoongAng Daily (2026). National Museum of Korea becomes No. 3 most-visited museum worldwide in 2025, https://koreajoongangdaily.joins.com/news/2026-04-01/culture/artsDesign/National-Museum-of-Korea-becomes-No-3-mostvisited-museum-worldwide-in-2025/2558877, [Zugriff: 18. Juli 2026].

Korea JoongAng Daily (2025). Yoshitomo Nara painting “Nothing about it” sells for record 15 billion won, https://www.koreajoongangdaily.com/lifestyle/yoshitomo-nara-painting-nothing-about-it-sells-for-record-15-billion-won/12608326, [Zugriff: 18. Juli 2026].

Korea Customs Service (o. J.). Customs Law Information Portal, https://unipass.customs.go.kr/clip/index.do, [Zugriff: 18. Juli 2026].

Korea Arts Management Service (2025). Taxation and import/export declaration guide for global trade of Korean art.

Korea Law Translation Center (o. J.). Art Promotion Act, https://elaw.klri.re.kr/eng_service/lawView.do?hseq=68295&lang=ENG, [Zugriff: 18. Juli 2026].

The Metropolitan Museum of Art (o. J.). The Facade Commission: Lee Bul, https://www.metmuseum.org/ko/exhibitions/the-facade-commission-lee-bul, [Zugriff: 18. Juli 2026].

Culture Lamp (2026). Artikel zu koreanischer Gegenwartskunst, https://www.culturelamp.kr/news/articleView.html?idxno=3199, [Zugriff: 18. Juli 2026].

Culture Lamp (2026). Artikel zu koreanischer Gegenwartskunst, https://www.culturelamp.kr/news/articleView.html?idxno=3190, [Zugriff: 18. Juli 2026].

Quellen zu Kapitel 3.3

Centre Pompidou Hanwha (o. J.). Centre Pompidou Hanwha, https://www.centrepompidou-hanwha.kr/, [Zugriff: 18. Juli 2026].

Park Seo-Bo Foundation (o. J.). Park Seo-Bo Foundation, https://psbf.kr/, [Zugriff: 18. Juli 2026].

Maeil Business Newspaper (2026). Artikel zum koreanischen Kunstmarkt, https://www.mk.co.kr/en/culture/11923520, [Zugriff: 18. Juli 2026].

Namdo News (2026). Artikel zum Shinan Art Island Project, https://www.namdonews.com/news/articleView.html?idxno=908393, [Zugriff: 18. Juli 2026].

Korea JoongAng Daily (2026). MMCA, San Francisco Museum of Modern Art to cooperate on exhibits, collections, research, education, https://koreajoongangdaily.joins.com/news/2026-04-21/culture/artsDesign/MMCA-San-Francisco-Museum-of-Modern-Art-to-cooperate-on-exhibits-collections-research-education/2574232, [Zugriff: 18. Juli 2026].

Hyundai Motor Company (2026). Hyundai Motor and Los Angeles County Museum of Art extend partnership until 2037, https://www.hyundai.com/worldwide/en/newsroom/detail/hyundai-motor-and-los-angeles-county-museum-of-art-extend-partnership-until-2037-0000001128, [Zugriff: 18. Juli 2026].

Tate (o. J.). Hyundai Motor: Hyundai Commission and Hyundai Tate Research Centre: Transnational, https://www.tate.org.uk/about-us/corporate-support/partnership/hyundai-motor-hyundai-commission-and-hyundai-tate-research-centre-transnational, [Zugriff: 18. Juli 2026].

Solomon R. Guggenheim Museum (o. J.). LG Guggenheim Art and Technology Initiative, https://www.guggenheim.org/initiatives/lg-guggenheim-art-and-technology-initiative, [Zugriff: 18. Juli 2026].

Maeil Shinmun (2023). Artikel zum koreanischen Kunstmarkt, https://www.imaeil.com/page/view/2023081716183024688, [Zugriff: 18. Juli 2026].

JoongAng Ilbo (2025). Artikel zum koreanischen Kunstmarkt, https://www.joongang.co.kr/article/25350476, [Zugriff: 18. Juli 2026].

The Korea Economic Daily (2025). Artikel zum koreanischen Kunstmarkt, https://www.hankyung.com/article/2025060324441, [Zugriff: 18. Juli 2026].

Esther Schipper (o. J.). Esther Schipper, https://www.estherschipper.com/, [Zugriff: 18. Juli 2026].

Meyer Riegger (o. J.). Meyer Riegger, https://meyer-riegger.com/en, [Zugriff: 18. Juli 2026].

Kiaf Seoul (o. J.). Kiaf Seoul, https://kiaf.org/en/, [Zugriff: 18. Juli 2026].

Frieze (o. J.). Frieze Seoul, https://www.frieze.com/fairs/frieze-seoul, [Zugriff: 18. Juli 2026].

Seoul Metropolitan Government (o. J.). Seoul Light Festival / Media Art Seoul, https://news.seoul.go.kr/culture/archives/category/cityscape-news_c1/media-art-seoul_c1/seoulite-festival-n1, [Zugriff: 18. Juli 2026].

Seoul Metropolitan Government (o. J.). Media Art Exhibit Platform, https://news.seoul.go.kr/culture/archives/category/cityscape-news_c1/media-art-seoul_c1/mediart-exhibit-platform-n1, [Zugriff: 18. Juli 2026].

Busan Museum of Art (o. J.). Busan Museum of Art, https://art.busan.go.kr/eng/index.nm, [Zugriff: 18. Juli 2026].

Museum of Contemporary Art Busan (o. J.). MOCA Busan, https://www.busan.go.kr/moca_en/index, [Zugriff: 18. Juli 2026].

Busan Biennale (o. J.). Busan Biennale, http://www.busanbiennale.org/BBOCen/, [Zugriff: 18. Juli 2026].

Art Busan (o. J.). Art Busan, https://www.artbusan.com/, [Zugriff: 18. Juli 2026].

LOOP Lab Busan (o. J.). LOOP Lab Busan, https://looplabbusan.kr/, [Zugriff: 18. Juli 2026].

GoEun Museum of Photography (o. J.). GoEun Museum of Photography, https://www.goeunmuseum.kr/, [Zugriff: 18. Juli 2026].

Johyun Gallery (o. J.). Johyun Gallery, https://www.johyungallery.com/, [Zugriff: 18. Juli 2026].

Daegu Art Museum (o. J.). Daegu Art Museum, https://daeguartmuseum.or.kr/eng/index.do, [Zugriff: 18. Juli 2026].

Kansong Art Museum Daegu (o. J.). Kansong Art Museum Daegu, https://kansong.org/daegu/, [Zugriff: 18. Juli 2026].

Daegu Photo Biennale (o. J.). Daegu Photo Biennale, https://www.daeguphoto.com/index.php, [Zugriff: 18. Juli 2026].

Leeahn Gallery (o. J.). Leeahn Gallery, http://www.leeahngallery.com/, [Zugriff: 18. Juli 2026].

Wooson Gallery (o. J.). Wooson Gallery, https://www.woosongallery.com/, [Zugriff: 18. Juli 2026].

Invest Korea (o. J.). Suseong-gu Media Art Museum Initiative / ZKM-Kooperation, https://www.investkorea.org/dg-en/bbs/i-1381/detail.do?ntt_sn=491406, [Zugriff: 18. Juli 2026].

Asia Culture Center (o. J.). Asia Culture Center, https://www.acc.go.kr/main/index.do, [Zugriff: 18. Juli 2026].

Gwangju Media Art Platform (o. J.). G.MAP, https://gmap.gwangju.go.kr/, [Zugriff: 18. Juli 2026].

Gwangju Biennale (o. J.). Gwangju Biennale, https://www.gwangjubiennale.org/gb/index.do?sellan=ko, [Zugriff: 18. Juli 2026].

Germany Trade & Invest (o. J.). Wirtschaftsdaten kompakt – Südkorea, https://www.gtai.de/de/trade/suedkorea-wirtschaft/wirtschaftsdaten-kompakt , [Zugriff: 20. Juli 2026].

Korea Economic Institute (o. J.). South Korea's Emergence as Art Market Hub, https://keia.org/the-peninsula/south-koreas-emergence-as-a-hub-in-the-global-art-market/, [Zugriff: 29. Juli 2026].

Seoul Economic Daily (2026). Korea Art Auction Market – K-shaped Recovery 2024, https://en.sedaily.com/culture/2026/01/01/korea-art-auction-market-shows-k-shaped-recovery-in-2024, [Zugriff: 29. Juli 2026].

Artnet (2025). Frieze Seoul & Kiaf Sales 2025, https://news.artnet.com/market/frieze-seoul-kiaf-seoul-2683977, [Zugriff: 29. Juli 2026].

Artsy (2026). Frieze Seoul 2026 – Over 125 Exhibitors, https://www.artsy.net/article/artsy-editorial-frieze-seoul-2026-announces-125-exhibitors, [Zugriff: 29. Juli 2026].

Ocula (2026). Kiaf Seoul 2026, https://ocula.com/magazine/spotlight/kiaf-2026-highlights-seouls-upcoming-artists-/, [Zugriff: 29. Juli 2026].

Serpentine Galleries (2024). Pavilion 2024 by Minsuk Cho / Mass Studies, https://www.serpentinegalleries.org/whats-on/serpentine-pavilion-2024-by-minsuk-cho-mass-studies, [Zugriff: 29. Juli 2026].

ArchDaily (2026). Heatherwick Studio – Daegyo Apartments Seoul, https://www.archdaily.com/1039364/heatherwick-studio-unveils-design-for-daegyo-apartments-redevelopment-in-seoul-south-korea, [Zugriff: 29. Juli 2026].

ArchDaily (2026). Busan Opera House by Snøhetta nears completion, https://www.archdaily.com/1038369/busans-first-opera-house-by-snohetta-nears-completion, [Zugriff: 29. Juli 2026].

MVRDV (o. J.). The Weaves – Tancheon Waterfront Seoul, https://www.mvrdv.com/projects/411/the-weaves, [Zugriff: 29. Juli 2026].

Seoul Metropolitan Government (2026). Design Miami In Situ Seoul, https://english.seoul.go.kr/why-you-must-visit-seoul-this-september-seoul-to-transform-into-giant-art-gallery/, [Zugriff: 29. Juli 2026].

Korea Times (2026). Kiaf names Jung Ku-ho as 1st outside creative director, https://www.koreatimes.co.kr/entertainment/others/20260420/kiaf-names-jung-ku-ho-as-1st-outside-creative-director, [Zugriff: 29. Juli 2026].

Korea Herald (2026). Kiaf names Jung Ku-ho, https://www.koreaherald.com/article/10720959, [Zugriff: 29. Juli 2026].

Business of Fashion (o. J.). Jung Kuho BoF 500, https://www.businessoffashion.com/community/people/jung-kuho, [Zugriff: 29. Juli 2026].

Korea Herald (2026). HIVE Art Fair drops booth fees, https://www.koreaherald.com/article/10736213, [Zugriff: 29. Juli 2026].

Misa Shin Gallery (2026). HIVE Art Fair 2026, https://www.misashin.com/en/news-en/hive-art-fair-2026-en/, [Zugriff: 29. Juli 2026].

Artnet (2026). Seoul art fairs – state of play, https://news.artnet.com/market/seoul-fair-state-of-play-2763080, [Zugriff: 29. Juli 2026].

Korea Herald (2026). How many art fairs are too many?, https://www.koreaherald.com/article/10768924, [Zugriff: 29. Juli 2026].

Korea Herald (2025). Korea challenged as art hub amid uncertainties, https://www.koreaherald.com/article/10418624, [Zugriff: 29. Juli 2026].

Bloomberg (2025). Korea's Art Market Slowdown – Frieze Seoul 2025, https://www.bloomberg.com/news/articles/2025-09-04/korea-s-art-market-slowdown-casts-shadow-over-frieze-seoul-2025, [Zugriff: 29. Juli 2026].

Business of Fashion (o. J.). South Korea's Depressed Art Market, https://www.businessoffashion.com/articles/luxury/south-koreas-depressed-art-market-puts-a-damper-on-frieze-seoul/, [Zugriff: 29. Juli 2026].

K-Art Now (2025). Korea Art Market 2025 – Recession or Transition?, https://k-artnow.com/posts.php?co_id=1761019920, [Zugriff: 29. Juli 2026].

K-Art Now (2025). Mid-Year Review Korean Art Market 2025, https://k-artnow.com/posts.php?co_id=1750128060, [Zugriff: 29. Juli 2026].

Artnet (2025). Art Market Struggling – Reasons for Optimism in Korea, https://news.artnet.com/market/the-art-market-is-struggling-everywhere-but-in-japan-and-korea-there-are-reasons-for-optimism-2679578, [Zugriff: 29. Juli 2026].

Frieze (2025). Asia's New Generation Young Collectors Seoul, https://www.frieze.com/article/frieze-week-seoul-2025-young-asian-collectors, [Zugriff: 29. Juli 2026].

KED Global (2025). Seoul, once-rising art hub, feels pinch, https://www.kedglobal.com/arts/newsView/ked202506050006, [Zugriff: 29. Juli 2026].

MutualArt (2026). Art Basel Hong Kong 2026 – Market in Transition, https://www.mutualart.com/Article/Art-Basel-Hong-Kong-2026--A-Market-in-Tr/2CCDC15479A493C1, [Zugriff: 29. Juli 2026].

Art Basel (2026). Hong Kong 2026 concludes with strong sales, https://www.artbasel.com/stories/art-basel-hong-kong-2026-concludes-with-strong-kong-engagement, [Zugriff: 29. Juli 2026].

Artnet (2021). Hong Kong art market – fear of artist exodus, https://news.artnet.com/market/hong-kongs-local-art-market-flourishing-national-security-law-many-fear-artist-exodus-2014185, [Zugriff: 29. Juli 2026].

Artsy (o. J.). Can Hong Kong maintain its position as Asia's art hub?, https://www.artsy.net/article/artsy-editorial-hong-kong-maintain-position-asias-art-hub, [Zugriff: 29. Juli 2026].

Artnet (2026). Art Basel Hong Kong 2026 – slower, smarter buying, https://news.artnet.com/market/art-basel-hong-kong-2026-2758216, [Zugriff: 29. Juli 2026].

The Chosun Daily (2025). Kiaf, Frieze Extend Partnership to 2031, https://www.chosun.com/english/travel-food-en/2025/12/19/O67OJGUNYNHBRA2IFFOP7QDQ6M/, [Zugriff: 10. August 2026].

