

Martos Gábor

# **MŰKERESKEDELEM**

EGY CÁPA ÁRA

A könyv megjelentetését a Magyar Művészeti Akadémia támogatta.



© Martos Gábor, Typotex, 2013

*Engedély nélkül semmilyen formában nem másolható!*

Témakör: *művészet, festészet*

ISBN 978-963-279-791-5

ISSN 1787-3444

Kedves Olvasó!

Köszönjük, hogy kínálatunkból választott olvasnivalót!

Újabb kiadványainkról, akcióinkról a [www.typotex.hu](http://www.typotex.hu) és a [facebook.com/typotexkiado](https://www.facebook.com/typotexkiado) oldalakon értesülhet.



Kiadja a Typotex Elektronikus Kiadó Kft.

Felelős vezető: Votisky Zsuzsa

Felelős szerkesztő: Czene István

Borítóterv, tipográfia: Szalay Éva

A borító Damien Hirst *The physical impossibility of death in the mind of someone living* című alkotásának felhasználásával készült.

Nyomás: Séd Nyomda Kft., Szekszárd

Felelős vezető: Katona Szilvia

Martos Gábor

# MŰKERESKEDELEM

EGY CÁPA ÁRA



## TARTALOMJEGYZÉK

|                                                                                                               |     |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| I. A világ legdrágább cápája, avagy a művészet és a műkereskedelem sajátos viszonya .....                     | 7   |
| II. A szépségtől a drágaságig, avagy a műtárgyak modern kori „metamorfózisa” .....                            | 13  |
| III. A galériáktól az árverésekig és vissza, avagy miről szól és – főleg – miről nem szól<br>ez a könyv ..... | 21  |
| III.1. Az árverések piacorientáló szerepe .....                                                               | 21  |
| III.2. Az árverésekkel kapcsolatban felmerülő bizonytalansági kérdések .....                                  | 29  |
| III.3. Az árveréseken felmerülő bizonytalansági kérdések .....                                                | 31  |
| IV. Muszájból vagy örömből, avagy az árverések fajtái és jellemzői .....                                      | 37  |
| V. A feleségektől a műkincsekig, avagy az árverések rövid története .....                                     | 41  |
| V.1. A világ árveréseinek története .....                                                                     | 41  |
| V.1.1. A kezdetektől a római birodalom bukásáig .....                                                         | 41  |
| V.1.2. A középkortól a 20. század közepéig .....                                                              | 43  |
| V.1.3. A nagy árverezőházak .....                                                                             | 48  |
| V.1.3.1. A Sotheby's .....                                                                                    | 48  |
| V.1.3.2. A Christie's .....                                                                                   | 53  |
| V.1.3.3. Botrányok és megújulás .....                                                                         | 57  |
| V.1.3.4. Válság és kilábalás .....                                                                            | 60  |
| V.1.4. A többiek .....                                                                                        | 68  |
| V.2. A magyarországi árverések története .....                                                                | 72  |
| V.2.1. A kezdetektől a rendszerváltásig .....                                                                 | 72  |
| V.2.2. A rendszerváltástól napjainkig .....                                                                   | 81  |
| VI. Mi mennyi?, avagy mitől értékes egy „értékes” festmény .....                                              | 85  |
| VI.1. „Pénz-művek” .....                                                                                      | 88  |
| VI.2. A szerző és a proveniencia értékmeghatározó szerepe .....                                               | 93  |
| VI.3. Különleges alkotók „értéke” .....                                                                       | 100 |
| VI.4. A hely szelleme .....                                                                                   | 103 |

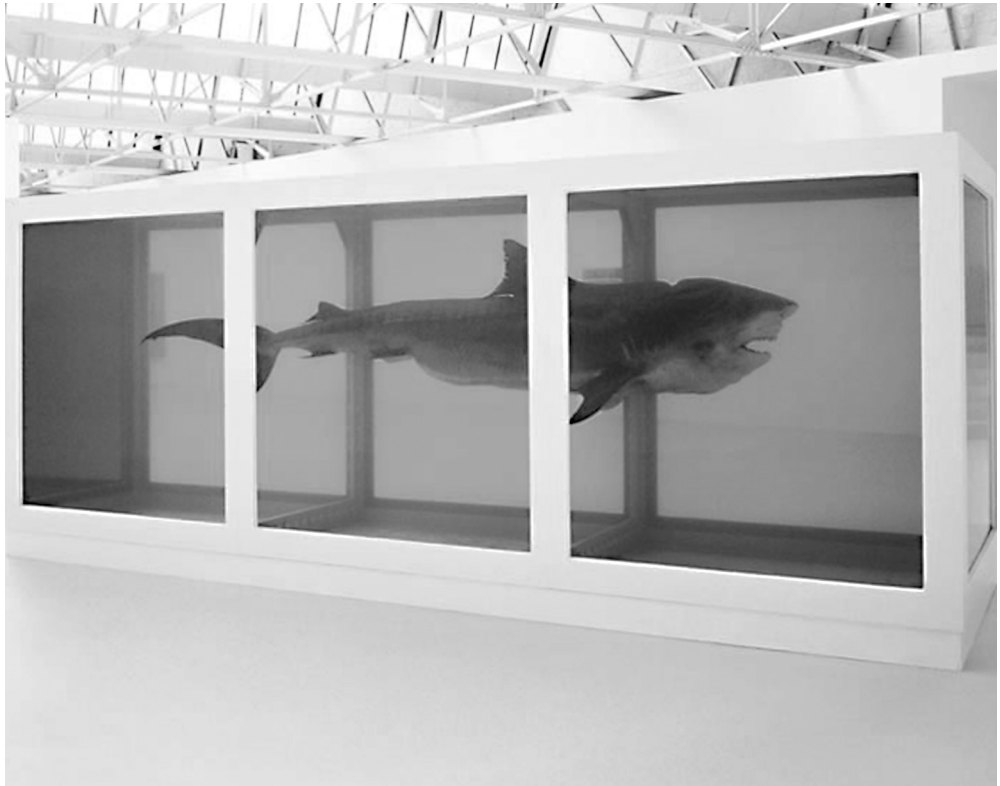
|                                                                                                |     |
|------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| VII. Miért annyi?, avagy hogyan alakítja a műkereskedelem maga is a művek árát .....           | 107 |
| VII.1. Klasszikus műkereskedői „mesterfogások” .....                                           | 109 |
| VII.2. Az árak emelkedésének öngerjesztő hatása .....                                          | 114 |
| VII.2.1. A világhír hatása az árra .....                                                       | 117 |
| VII.2.2. Az ár hatása a világhírré .....                                                       | 120 |
| VII.3. A kereslet hatása az árakra a műtárgypiacon .....                                       | 124 |
| VII.4. A kereslet „élénkítésének” fortélyai .....                                              | 128 |
| VIII. Megéri-e vagy sem?, avagy a műtárgy, mint befektetés .....                               | 135 |
| VIII.1. Megtérülés-számítások .....                                                            | 141 |
| VIII.2. Képek – aranyáron .....                                                                | 146 |
| VIII.3. Felfelé mozgó árak... ..                                                               | 149 |
| VIII.3.1. ... Magyarországon .....                                                             | 149 |
| VIII.3.2. ... és a nemzetközi piacon .....                                                     | 157 |
| VIII.4. Befektetési alapok .....                                                               | 171 |
| VIII.5. Lefelé mozgó árak .....                                                                | 173 |
| IX. A világ legdrágább cápájától a világ legdrágább koponyájáig, avagy hogyan tovább...? ..... | 179 |
| Jegyzetek .....                                                                                | 187 |
| Irodalomjegyzék .....                                                                          | 199 |
| Függelék .....                                                                                 | 205 |
| A világon 30 millió dollárnál magasabb áron elkelt műtárgyak .....                             | 205 |
| A világ legdrágább fotográfiái .....                                                           | 216 |
| Néhány egyéb, a világon árverésen a legmagasabb áron leütött tárgy .....                       | 217 |
| A magyarországi árveréseken 30 millió forintnál drágábban elkelt műtárgyak .....               | 218 |
| A külföldön legmagasabb áron leütött magyar műalkotások .....                                  | 224 |
| Néhány egyéb, Magyarországon árverésen legmagasabb áron leütött műtárgy .....                  | 225 |
| Néhány magyar festő legmagasabb leütési árának alakulása az elmúlt húsz év során .....         | 228 |
| Köszönetnyilvánítás .....                                                                      | 229 |



# I. A VILÁG LEGDRÁGÁBB CÁPÁJA,

avagy a művészet és a műkereskedelem sajátos viszonya

*„A jó üzlet a legnagyobb művészet.”  
Andy Warhol*



Damien Hirst: **The physical impossibility of death in the mind of someone living**  
(A halál fizikai lehetetlensége egy élő tudatában)

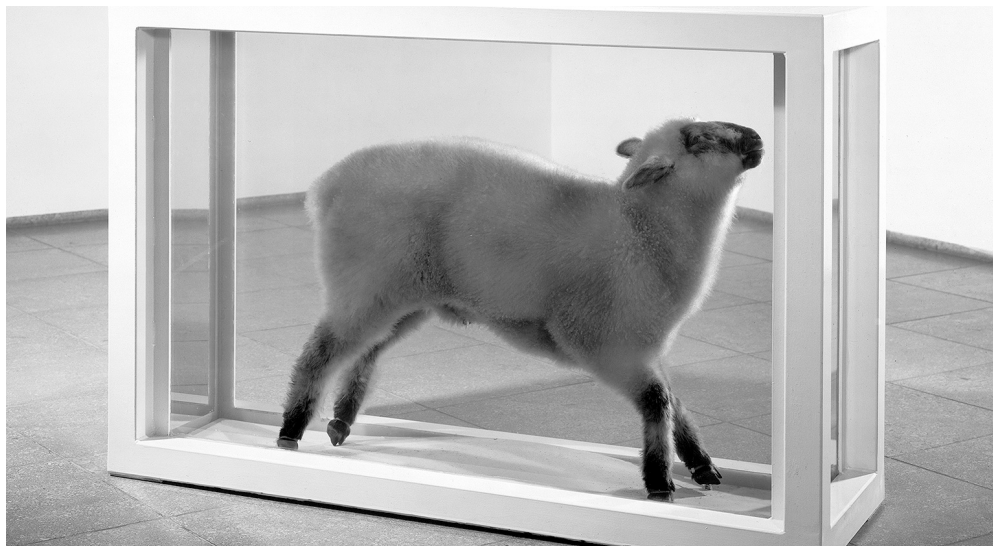
1991-ben néhány ausztrál halász valahol a kontinens partjai mentén kifog az óceánból egy négy és fél méteres tigriscápát (*Galeocerdo cuvier*). Hogy amúgy, más esetben mennyiért tudnának túladni a zsákmányon, azt nem tudjuk, de ezúttal jó vevőjük van: egy akkor huszonhat éves brit képzőművész, bizonyos Damien Hirst – jegyezzük meg az összeget – 6000 angol fontot fizet nekik érte. (És már itt érdemes rögtön hozzátenni: a vásárlást – illetve tulajdonképpen az egész ezzel az üzlettel kezdetét vevő művészi projektet – egy bizonyos Charles Saatchi nevű londoni galériás finanszírozza.)

Hirst a néhai félelmetes tengeri ragadozónak épít egy megfelelő méretű, fémvázaz üvegakváriumot, feltölti azt 224 gallon (kicsivel több mint ezer liter) ötszázalékos formaldehidoldattal, belehelyezi a döglött halat, az egésznek azt a címet adja, hogy *The physical impossibility of death in the mind of someone living (A halál fizikai lehetetlensége egy élő tudatában)* – és ezzel a pár húzással a cápa máris műalkotássá lényegült át. Ráadásul nem is akármilyenre, már legalábbis ami az árát illeti: Saatchi ugyanis azonnal 50.000 fontért vásárolja meg Hirsttől a nem mindennapi művet.

Persze a London egyik legjelentősebb galériáját vezető műkereskedő-műgyűjtő pontosan tudja, hogy miért is ad ki ennyi pénzt: szűk másfél évtizeddel később, 2004 végén (a világ egy másik legjelentősebb műkereskedője, Larry Gagosian New York-i galériás közvetítésével) ugyanis fontban számolva már nem kevesebb, mint kereken 6,25 millióért, egészen konkrétan 12 millió dollárért (akkori napi árfolyamon számolva majdnem 2,2 milliárd forint) adja tovább Hirst alkotását egy amerikai műgyűjtőnek, Steven Cohennek (aki azt később majd a New York-i Metropolitan Museum of Artnak ajándékozza). Vagyis a cápa csak műalkotásként százhuszonötszörös (az ausztrál halászoknak Hirst által kifizetett összeghez képest pedig több mint ezerszeres) áremelkedést ért el, és ezzel a vétel és az eladás között eltelt tizennégy év alatt évi 41,6 százalékos nyereséget hozott Saatchinak (és ebből valamennyit magának Hirstnek is, aki az amerikai törvények szerint bizonyos százalékban ugyancsak részesült az újraeladás bevételeiből).

A nem mindennapi üzlet persze a művésznek sem akármilyen sikert jelentett: Hirst a cápa értéknövekedésével nemcsak egy csapásra alaposan túlszárnyalta saját korábbi eladási rekordjait (hiszen egy évvel korábban Saatchi már áruba bocsátott több más Hirst-művet is a gyűjteményéből, ám akkor még a tucatnyi alkotásért összesen is „mindössze” 7,8 millió fontot kasszírozott; egy formaldehidben úszó disznóért például „alig” 1,5 milliót), de ráadásul azonnal a második helyre ugrott az élő művészek eladási top-listáján; ennél a 12 millió dollárnál többet addig csak az 1930-ban született Jasper Johns amerikai festő *False start (Hamis kezdet)* című művéért fizettek, ami 1988 novemberében a Sotheby's New York-i árverésén 17,05 millió dollárért kelt el. És ez a második hely persze azonnal további (anyagi) sikereket is generált az alkotónak: 2006 májusában a Christie's New York-i árverésén Hirst *Away From the Flock (Távolabb a nyájtól)* című 1995-ös munkájáért, amely nem más, mint ezúttal egy bárány a formaldehydes üveg-





Damien Hirst: **Away From the Flock** (Távolabb a nyájtól)

45. velencei biennálén a világ nagyközönségének is bemutatkozhatott (négy formaldehides tartályban kiállított félbevágott tehenével és borjával), majd 1995-ben elnyerte a brit kortárs képzőművészet legnagyobb rangot jelentő elismerését, a Turner-díjat is – nota bene: éppen a formaldehidben úszó cápájával.

Pedig a fiatal művész munkássága a nagyközönség körében azért nem mindig aratott ennyire osztatlan elismerést. Filozofikus címmel ellátott cápája például tökéletesen illeszkedett akkori alkotótevékenységébe: Hirst azokban az években többek között tehenet, borjút, disznót, bárányt is „szoborított” hasonló módon, tehát egyszerűen formaldehidbe merítve, hol egészben, hol félbevágva, hol pedig akár – több egymás mellé állított akváriumba helyezve a darabokat – „szeletben” tartósítva az állatok tetemeit (az átlagközönség reakcióit lehet képzelni).

Itt és most azonban nem Hirst művészete a téma – hanem a sikere. Merthogy sikere az volt (és persze, ha hullámzó mértékben is, de azóta is van); művészi és médiasikere, és mindezek nyomán persze nem akármilyen anyagi is. Olyannyira, hogy a művész 1997-ben már azt is megengedheti magának, hogy saját bárt nyisson Londonban, a *Pharmacy*-t, aminek minden egyes berendezési tárgyát maga tervezte. A megnyitón Hirst olyan partit adott, amelyet állítólag művészkörökben London-szerte azóta is az évtized bulijaként emlegetnek – ám a *Pharmacy* ennek ellenére nem volt hosszú életű: pár hónapos működés után (miközben persze szinte minden magára valamit is adó sztár fontosnak érezte, hogy

megforduljon itt) Hirst becsukta a boltot. Pár évvel később, 2004 októberében viszont a berendezés minden egyes darabját elárvereztette: az időközben kellően „legendássá” lett („kult”-)tárgyakat a Sotheby’s vitte kalapács alá (ez volt az első alkalom, hogy a világ egyik vezető aukciósháza egy teljes árverését kizárólag egyetlen élő művész alkotásainak szentelte!), és az összeállítások összege az eredeti becsült érték jóval több mint háromszorosát, 11 millió fontot ért el. Két martinis pohárért például, amelyeket előzetesen csupán 50–70 fontra taksáltak, 4800 fontot adott meg valaki (vagyis a felső becsértéknek is a 68,5-szere-sét), két bársház a 400–600 fontos becsült ár helyett (48–32-szeres áremelkedést produkálva) 19.200 fontért került új tulajdonoshoz, de még két egyszerű piros tojástartóért is 720 fontot fizetett ki egy „szerencsés” vásárló...

Ebben a nem akármilyen (művészi és anyagi) sikerben azonban már a történet másik fő-szereplőjének, Charles Saatchinak is nem kis része van. Az 1943-ban Bagdadban született, iskoláit azonban már Londonban végző, huszonehét évesen ugyanott (később lorddá is ütött) bátyjával, Maurice-szal együtt reklámügynökséget alapító Saatchi hamarosan a világ három legjelentősebb reklámcége közé verekszi fel a vállalkozást. 1979-ben ő készíti azt a ma már legendásnak számító választási plakátot a munkaközvetítő iroda előtt sor-ban álló munkanélküliek fényképével és rajta a kétféleképpen is értelmezhető Labour isn’t working (A munkás nem dolgozik – A Munkáspárt nem működik) felirattal, amelynek sokak szerint a nevezett párt a bukását, a konzervatív Margaret Thatcher pedig első kor-mányfői győzelmét köszönhette.

De a reklám Saatchi tevékenységének csak az egyik oldala: a magát (részben ezzel a politikai sikerrel is) a világsajtó szerint az egyik legnagyobb reklámguruvá, és ezzel együtt persze szép folyamatosan előbb csak többszörös milliommossá, majd lassan milliárdossá tevő férfi ebben az időben már a világ egyik legjelentősebb műgyűjtőjének is számít. Elő-fordul például, hogy csak úgy ebédidőben beugrik egy galériába, és megveszi az ott kiállító, még abszolút „neve nincs” művész összes képét; persze – nem véletlenül reklámszakem-ber – tesz róla, hogy a sajtó megírja az esetet, mire a kollekció egy csapásra az előző napi (vétel)árának a többszörösét éri. 1985-ben aztán Saatchi végképp átnyergel a műkereske-delemre, és első feleségével, aki vásárlásaiban is mindvégig társa volt, egy volt londoni festékgyárban 2780 négyzetméteren megnyitja első galériáját. És bár 1990-ben elválnak, és a vagyonmegosztás miatt el kell adják gyűjteményük egy jelentős részét – többek kö-zött Andy Warhol, Cy Twombly, Richard Serra, Bruce Nauman, Donald Judd, Carl Andre, Sol LeWitt, Alex Katz, Jeff Koons, Philip Gaston munkáit –, 1992-től Saatchi már megint javában vásárol; ahogy a *New York Times* írja róla: ő „Anglia legaktívabb műgyűjtője I. Károly király óta”; az ezredfordulóra szakértők szerint már mintegy két és félezer darabos a gyűjteménye. Ekkor kezdi el felfuttatni a – persze jórészt éppen az ő vásár-lásai révén is egyre ismertebbé váló – YBA-tagok, köztük is mindenekelőtt Damien Hirst

műveit (akinek cápáját is Saatchi 1997-es első YBA-kiállításán lehetett először nyilvánosan látni; látta is háromszázezer ember csak Angliában, majd azt követően Berlin és New York közönsége is). És az eredmény, mint láttuk, nem is maradt el.

Hirst és Saatchi, Saatchi és Hirst; művész és galériás, műgyűjtő és művész. Műalkotások, árverések, áruk, pénzek. Nagyon nagy pénzek – egy olyan piacon, ahol szinte bármi megtörténhet; ráadásul úgy, hogy sokszor látszólag nincs is értelmes magyarázat a történetekre. Az alábbiakban ennek a piacnak a – kívülálló számára bizony sokszor akár rejtélyesnek is tűnő – tényei között próbálunk meg egy kicsit eligazodni.

*(Egy fontos megjegyzés: a kötetben szereplő műtárgypiaci adatok lezárásának határideje 2012. december 31., az ezután történt változások már nem kerültek bele a szövegbe!)*