



DON THOMPSON

**ORANŽOVÝ
BALONKOVÝ PEJSEK**

BUBLINY, VŘAVA A HRABIVOST NA TRHU SE SOUČASNÝM UMĚNÍM

Oranžový Balonkový pejsek

Vyšlo také v tištěné verzi

Objednat můžete na
www.knihazlin.cz
www.albatrosmedia.cz

≡ KNIHA ZLIN

Don Thompson
Oranžový Balonkový pejsek – e-kniha
Copyright © Albatros Media a. s., 2018

Všechna práva vyhrazena.
Žádná část této publikace nesmí být rozšiřována
bez písemného souhlasu majitelů práv.


ALBATROS MEDIA

Artberry





DON THOMPSON

**ORANŽOVÝ
BALONKOVÝ PEJSEK**

BUBLINY, VŘAVA A HRABIVOST NA TRHU SE SOUČASNÝM UMĚNÍM

	UMĚNÍ: CÁLOVAT, MILOVAT	
1	STŘEDOŠKOLSKÁ DŽUNGLE S VYŠŠÍM KAPESNÝM	9
	URČUJE HODNOTU POSLEDNÍ DRAŽITEL?	
2	ORANŽOVÝ BALONKOVÝ PEJSEK	21
3	TŘI STUDIE LUCIANA FREUDA	29
4	DVACET ŠEST MILIONŮ DOLARŮ ZA DEVĚT SLOV	35
5	JEFF KOONS A PEPEK NÁMOŘNÍK	43
6	LUDWIGOVA <i>PLASTELÍNA</i>	49
	ČÍM VÍCE, TÍM LÉPE	
7	SOTHEBY'S A THIRD POINT	55
8	SHÁŇKA PO SBĚRATELÍCH A ZADAVATELÍCH	67
9	LISSON MÍŘÍ DO NEW YORKU	75
10	UMĚLECKÝ PORADCE	85
	TRHLINY V TRŽNÍ STRUKTUŘE	
11	PERELMAN VS. GAGOSIAN	97
12	PADĚLKY Z GALERIE KNOEDLER	105
13	UMĚNÍ UKRADENÉ STÁTEM	115
14	SVOBODNÉ PŘÍSTAVY A DAŇOVÉ TRIKY	125
15	VRTKAVÉ PARTNERSTVÍ UMĚNÍ A MÓDY	135
16	REGULACE TRHU S UMĚNÍM	145
	UBER BUDOUCNOST	
17	UMĚNÍ V ÉŘE UBERU	155
	NOVÝ SVĚT MUZEÍ	
18	MUZEUM, KTERÉ NEPATŘÍ VAŠEMU OTCI	171
19	MUZEJNÍ VÝSTAVY	181
20	SOUKROMÁ MUZEA	187
21	NEJVlivnější KUPEC	195
	BUBLINA	
22	JAK VYDĚLAT NA BUBLINĚ	205
	DODATEK	217
	ZÁVĚREČNÉ POZNÁMKY	221
	SEKUNDÁRNÍ LITERATURA	233
	OBRAZOVÁ PŘÍLOHA	243
	REJSTŘÍK	257

UMĚNÍ: CÁLOVAT, MILOVAT

„Umělecký svět býval společenstvím, ale nyní je to průmysl.“

— Jeffrey Deitch, obchodník s uměním ¹

„Obdivovat umění je lidské. Kupovat umění je božské.“

— celostránková reklama Christie's v rubrice Styles nedělních *New York Times* a v rubrice londýnských *Financial Times* věnované umění z 24. května 2015

STŘEDOŠKOLSKÁ DŽUNGLE S VYŠŠÍM KAPESNÝM

Poptávku a ceny na dnešním trhu s vysoce kvalitním současným uměním určují superbohatí zákazníci, státní investiční fondy, agenti a nezdaněné transakce. Panuje obecná shoda, že na současném umění je mediálně nejzajímavější, za kolik se prodává.

Ve svých předchozích knihách věnovaných trhu se současným uměním s názvy *Jak prodat vycpaného žraloka za 12 milionů dolarů* (2008, česky 2010) a *Supermodelka a krabice Brillo* (2014) jsem vycházel z předpokladu, že na tomto trhu dochází k interakci prodejců s informovanými kupci, jejímž výsledkem je stanovení racionální ceny. Ale v době, kdy jsem měl tuto knihu rozepsanou, došlo k událostem, které mým předpokladem otřásl.

První zpochybnění přišlo v listopadu 2014 během newyorských aukcí Christie's, Sotheby's a Phillips, které během čtyř dnů vynesly 1,66 miliardy dolarů. Christie's s 853 miliony překonala dosavadní rekord a celková částka byla natolik horentní, že na každou aukční minutu připadaly prodeje ve výši šesti milionů dolarů. Po této úspěšné sérii byli odborníci přesvědčeni, že v příštích dvanácti či čtyřiceti měsících zažijí večerní aukci, která vynesle miliardu dolarů.

Dva Warholovy tušové sítotisky *Triple Elvis (Ferus Type)* (Trojitý Elvis [Ferus Gallery], 1963) a *Four Marlons* (Čtyři Marlonové, 1966) představovaly na aukci Christie's položky číslo 9 a 10. Předaukční odhad zněl 60 milionů dolarů za každou z nich. *Elvis* ukazuje Elvise Presleyho

jakožto pistolníka z propagační fotografie ke snímku společnosti 20th Century Fox *Flaming Star* (Zářivá hvězda). V aukci přihazovali tři zájemci a konečná částka činila 81,9 milionu dolarů. *Marlonové* reprodukují fotosku z filmu Columbia Pictures *The Wild One* (Divoch). Sítotisk zachycuje Marlona Branda v kožené bundě a bekovce a v aukci se prodal za 69,6 milionu dolarů. Obě díla přihlásilo do aukce kasino WestSpiel vlastněné německým státem, kde tito dva Warholové po léta viseli v salonku pro stálé klienty, aniž jim kdokoli věnoval pozornost. Výtěžek z jejich prodeje měl Vestfálsku umožnit stavbu nového kasina v Kolíně nad Rýnem.

Nikdy není jasné, zda potlesk, který zazní po rekordním prodeji, patří úsilí dražebníka či odhodlání přihazovače, nebo je výrazem radosti diváků, kteří se stali svědky mimořádné události. Prodej *Elvise* vyvolal neutuchající ovace, kdežto po odklepnutí *Marlonů* netleskal nikdo, snad proto, že dílo přišlo na řadu jako druhé a nevyneslo tolik jako první.

Další pochybnosti ohledně racionality trhu, v níž jsem do té doby věřil, mě přepadly o čtrnáct dní později, když jsem si prohlížel stánek na veletrhu Art Basel Miami. Asi deset minut jsem si povídal s newyorským párem o přednostech malého Warholova portrétu, který byl k mání za 17,5 milionu dolarů. A oni se zničehonic rozhodli dílo koupit. „Má skvělé barvy,“ rozplývala se žena, „a jsou Vánoce. Koupíme to.“

V té době ve světě mimo uměleckou sféru zuřily nejrůznější krize. Jednou z nich byla epidemie eboly v západní Africe. Když se pár odebral vyjednávat koupi nemotivovanou ničím jiným, než že si ji může dovolit, musel jsem proti své vůli myslet na to, kolik by se z oněch 17,5 milionu dolarů zaplatilo zdravotníkům a zdravotnického materiálu a jak by se v boji proti téhle epidemii hodilo 151,5 milionu, které WestSpiel získal prodejem dvou sítotisků Andyho Warhola.

Ve skutečnosti platí, že ceny na trhu s nejprestižnějšími uměleckými díly mají s jejich stávající či budoucí hodnotou společného pramálo, což, jak doufám, vyplyne z dalších příkladů. Někteří prodejci se rádi napařují, někteří zákazníci rádi předvádějí nové hračky a trumfují se jako školáci, „kdo dál“. Jiní svá díla uloží do skladu v bezcelní zóně s nadějí, že jejich cena v budoucnu poroste. A *New York Times* tiskne půlstránkové články, které k prodejním cenám současného umění přistupují podobně, jako by podávaly zprávu o nové aplikaci pro sdílení fotografií, která právě vstupuje na burzu.

Zákazníci, většinou mužského pohlaví a většinou finančníci, posloužili Thomasovi Pikettymu jako případové studie k tématu příjmové nerovnosti, jemuž se věnoval v knize *Kapitál v 21. století*, která vyšla nejprve v roce 2013 ve francouzštině. Piketty tvrdí, že bohatí – zejména oněch 2 200 miliardářů z celého světa – budou zásluhou volnotržního kapitalismu i nadále bohatnout. Prý je tomu tak proto, že návratnost investičního kapitálu je vyšší než růst příjmů nebo míra hospodářského růstu. Ale je tu ještě jiný důvod, o němž se Piketty nezmiňuje. V podnikání v oblasti digitálních technologií vítěz zpravidla bere vše, což vede k obrovským rozdílům mezi úspěšnými a těmi, jimž úspěch unikl jen o vlásek. Vzpomeňme na Facebook nebo Uber. Digitální věk s sebou nese větší majetkovou nerovnost.

Bezpochyby je pravda, že existuje více bohatých jedinců ochotných nabízet v aukcích sto milionů dolarů či ještě vyšší částky. Podle Pikettyho propočtů bude v roce 2045 vlastnit polovinu světového bohatství jedna desetina procenta populace. Možná to bude s velkým uměním v soukromém vlastnictví vypadat obdobně. Zatím se většina nejvýznamnějších děl objevuje na prestižních uměleckých veletrzích, kam mají důležití lidé, kteří si mohou dovolit taková díla kupovat, vstup zdarma. Ti, kteří si to dovolit nemohou, musí zaplatit drahé vstupné.

V listopadu 2014 byl na aukci newyorské Sotheby's jediným zájemcem o sochu *Chariot* (Válečný vůz, 1950) Alberta Giacomettiho manažer hedgeových fondů Steven Cohen. Šlo o bronzovou, metr a tři čtvrtě vysokou bohyni stojící na voze s velkými koly (vizte obr. přílohu na konci knihy). Sotheby's ji ocenila na 115 milionů dolarů, ale Cohen ji nakonec získal za 101 milionů. A přestože se jednalo o druhou nejvyšší částku, za jakou se do té doby vydražilo jakékoli sochařské dílo, v tisku se psalo, že aukční síň zaznamenala neúspěch, nikoli že se spletla v odhadu nejvyššího příhozu.

V listopadu 2015 koupil Šanghajec Liou I-čchien v newyorské aukci Christie's Modiglianiho obraz *Nu couché* (Ležící akt, 1917–1918), úchvatné dílo znázorňující nahou modelku na nápadném červeném pozadí (vizte obr. přílohu na konci knihy), za 170 milionů dolarů. A v únoru 2016 zaplatil chicagský manažer hedgeových fondů Ken Griffin Nadaci Davida Geffena 500 milionů dolarů za dva abstraktní impresionistické obrazy: *Interchange* (Křižovatka, 1955) Willema de Kooninga a *Number 17A* (Číslo 17A, 1948) Jacksona Pollocka.

Slyšeli jste někdy o Adrianu Ghenieovi? Je to slibný rumunský umělec, kterému v říjnu 2016, kdy se jeho obraz z roku 2008 *Nickelodeon* (vizte obr. přílohu na konci knihy) dražil v londýnské Christie's, ještě nebylo čtyřicet. Předaukční odhad činil 1,2 až 1,9 milionu dolarů. Název velkého obrazu s rozměry 2,36 × 4,14 metru prý odkazuje na malý kinosál. Dílo se prodalo za 9 milionů dolarů, tedy za více než čtyřnásobek horní hranice odhadu. Losangeleský obchodník s uměním Stefan Simchowitz Ghena poněkud přehnaně označil za „příštího Francise Bacona“.² Na *Nickelodeon* přihazovalo sedm zájemců, přičemž poslední dva vytrvalci neměli nouzi o peníze a ani jeden nehodlal ustoupit. Nakonec zvítězil evropský sběratel, který se aukce zúčastnil po telefonu.

Příslušníci jednoho procenta nejbohatších, kteří za díla takových umělců, jako jsou Giacometti nebo Warhol, utrácí astronomické částky, ovšem nepředstavují problém, alespoň ne co se týče dlouhodobé kondice trhu s uměním. Závažnější potíže způsobují ceny, za něž se prodávají umělci ze středních příček žebříčku. A ještě větší obavy vzbuzují ceny umělců začínajících. Co dodat, jestliže jediná aukce z podzimu 2014 přinese několik milionových koupí, přestože se autoři daných děl nemohou vykázat jedinou samostatnou výstavou pořádanou mainstreamovým obchodníkem? Pro umělce je stále těžší dosáhnout uznání, aniž by se jejich práce prodávaly za velké peníze. V umění platí čím více, tím lépe.

Někteří čerstvě objevení umělci jsou odměňováni stejně jako fotbalové hvězdy. Například takový Oscar Murillo, mladý, nepřiliš známý umělec, který údajně občas maluje koštětem. Jedno z jeho děl, *Untitled (Drawings off the wall)* (Bez názvu – Ulítlé kresby), (2011), se v roce svého vzniku prodalo za 7 tisíc dolarů. V roce 2014 je newyorská aukční síň Phillips přeprodala za 401 tisíc dolarů, tedy se ziskem ve výši přesahující pět a půl tisíce procent.

Jeden sběratel ze seznamu zájemců o Murillovo dílo obdržel termín dodání doposud nespátřeného obrazu, souhlasil s cenou a vzápětí práva na obraz přeprodal se 75procentním ziskem. Kupní smlouva obsahovala pouze jméno umělce, médium, velikost a přibližné datum dodání. Podle jedné verze tohoto příběhu druhý kupec práva obratem prodal dál, s podobným ziskem.

V roce 2016 se obchodování s nejdražšími uměleckými díly rozrůstalo. Larry Gagosian provozoval čtrnáct galerií v osmi zemích. David Zwirner, Pace a Marian Goodmanová otevřeli výstavní prostory v Londýně. Lon-

dýnská galerie Lisson zahájila činnost v New Yorku. Všechny tyto galerie sídlily v těch nejdražších prostorách na světě. Aby jejich provozovatelé skončili alespoň na nule, museli by realizovat prodeje ve výši, která se zdála nemyslitelná. Umělecké galerie zabíraly v centru New Yorku, Londýna a Paříže historicky největší procentuální podíl prodejních prostor.

Být obchodníkem s drahým uměním nebo umělcem, jehož takový obchodník zastupuje, je považováno za vstupenku do světa privilegovaných. Tito über obchodníci cestují soukromými tryskáči a odpočívají na jachtách. O důležitých aukcích umění a uměleckých veletrzích informují v byznys sekci *New York Times*. Jedním z charakteristických rysů trhu se současným uměním od finančního krachu v roce 2008 je honba za kultovním dílem, která představuje lov na nejvyšší úrovni. V každé další aukční sezoně a na každém dalším veletrhu se cenová propast mezi kultovními díly a zbytkem umělecké produkce dále prohlubuje. Zajímavé je i to, že se o takových dílech často hovoří jako o ikonických. Výraz, jehož původní význam odkazoval k náboženským artefaktům, je nyní běžně používán k popisu Warholových sítotisků, malby ve stylu graffiti Jean-Michela Basquiata a verbálních obrazů Christophera Woola.

Skutečně kultovních obrazů není mnoho. Ostatní díla se stávají tím, za co je aukční odborníci, obchodníci či umělečtí poradci označí. Společnost ArtTactic, která se zabývá průzkumem trhu, prodává přístup k seznamu „první dvacítky“ umělců, přičemž složení seznamu se neopírá o kvalitu díla, nýbrž o analýzu pohybů tržních cen. Jiná společnost, ArtRank, rozděluje začínající umělce podle algoritmu do tří kategorií na ty, jejichž díla se momentálně vyplatí kupovat, na ty, jejichž díla je momentálně lepší prodat, a konečně na ty, jejichž děl by se vlastníci měli bez prodlení zbavit (bez ohledu na výši kupní ceny). Tato speciální služba je k dispozici pouze deseti klientům, a to za čtvrtletní poplatek tři a půl tisíce dolarů. V roce 2014 zjistil losangeleský umělec Parker Ito, že se jeho obraz z cyklu *Wet Paint* (Mokrý nátěr, 2012) přeprodal za 67 tisíc dolarů, přestože původní kupec za něj zaplatil pouhých 1 800 dolarů. ArtRank potom Ito zařadil do kategorie umělců na odpis a cena jeho děl okamžitě klesla. O tři měsíce později ale ArtRank změnil názor a Ito přesunul do kategorie žádaných umělců. Jak už to na trzích chodí, cenová nestabilita přitahuje spekulanty.

ArtRank má své oddané přívržence. Losangeleský sběratel Rolando Jimenez jeho kategorizaci označil za „nezbytný nástroj pro každého,

kdo k budování umělecké sbírky přistupuje jako k seriózní investici, která se musí rentovat“.³ Newyorský kritik umění Jerry Saltz o některých malířích z výše zmíněného seznamu hovoří jako o autorech děl, která jsou určena sběratelům toužícím po drahé, vizuálně uklidňující krmi.

K cenovým bublinám dochází, když ceny akcií či jiných aktiv rostou rychleji než inflace nebo příjmy a přesáhnou hodnotu, kterou lze ospravedlnit tzv. fundamentálními hodnotami. Tyto hodnoty jsou ovšem na trhu s uměním méně zřejmé než u finančních aktiv. Je fundamentální hodnotou umělcova pověst? Nebo skutečnost, že se určitá socha vyskytuje pouze v pěti provedeních? Jakou přidanou hodnotu získává dílo, jehož propagace se zakládá na tvrzení, že novému vlastníkovvi zajistí vstup mezi elitní sběratele? Je přiměřená cena cokoli, co je přihazovač ochoten nabídnout?

Svět nejprestižnějšího současného umění se svými obchodníky, agenty a aukčními domy je mnohem složitější a důmyslnější, než se obecně soudí. Poté, co vyšly mé dvě předchozí knihy zabývající se trhem s uměním, po mně mnozí chtěli, abych jim vysvětlil co, jak a proč. Jakožto ekonom a akademik bych to měl vědět, ale zatímco některé jevy jsem pochopil, jiné pro mě zůstávají záhadou.

Jistý vhled nabízí behaviorální ekonomie, na kterou se v této knize častokrát odvolávám. Jiné aspekty se týkají iracionality rozhodovacího procesu. A ještě jiné lze vysvětlit úsilím ovlivňovat chování jedince marketingem. Takový marketing má pobídnout jedince k předem zamýšlené změně chování, která bude mít dopad na jeho výběr, aniž by se cokoli změnilo na jeho ekonomické motivaci. Pobídka je, jestliže umístíme ovoce do výše očí, nikoli jestliže zakážeme nezdravé jídlo.

Můj nejoblíbenější příklad takové pobídky nesouvisí s uměním a je dost dobře možné, že se jedná pouze o často opakovanou povídku. Řeč je o hurikánu Sandy, který zasáhl New York v roce 2012. Několik hodin před tím, než bouře kulminovala, chodili policisté na Staten Islandu, který leží těsně nad úrovní moře, od domu k domu a upozorňovali místní, že mají nejvyšší čas odejít. Mnozí se rozhodli zůstat a bránit svůj domov proti rabovacím četám. V úvahu přicházela povinná evakuace, ale policie se rozhodla rozdat zdráhajícím se obyvatelům nesmyslné fixy, aby si mohli na předloktí napsat číslo svého sociálního pojištění a tím usnadnili případnou identifikaci těla po bouři. Mnoho z nich se zamyslelo, fixu vrátilo a zvolilo si evakuaci dobrovolně.

Ve světě uměleckých aukcí je zřejmou pobídkou, když aukční dům u draženého díla uvede seznam předchozích majitelů, knih, které o něm píší, a výstav, na nichž se objevilo. Méně nápadnou pobídkou je přemalování aukčních místností, aby se prostředí hodilo k prezentaci nabízených prací. V listopadu 2012, kdy probíhala aukce impresionistických obrazů, byly stěny aukčních prostor Sotheby's natřeny bílou barvou s šedivým nádechem, která měla dílům zajistit neutrální pozadí. Jakmile aukce skončila, místnost byla přemalována namodro, aby se stěny barevně shodovaly s tmavě modrými, pololesklými potahy židlí, protože se o takovém prostředí soudilo, že vytváří příhodnější atmosféru pro současné umění.

Také při jiných aukcích se setkáme s modrou, pokud se draží současné umění a je třeba zdůraznit otevřenost, nebo s čokoládově hnědou, která značí zemitost i nadčasovost, jestliže jsou v nabídce staří mistři. A pro vysoce abstraktní díla se používá mírně disharmonický nátěr podporující tvořivost. Tato volba závisí na intuici aukčních odborníků (či spíše odbornic, protože muže prý mezi nimi nenajdete). Vědecká literatura dokládá, že barevné odstíny mohou ovlivňovat společenskou interakci, ale vlivem barev na hodnocení předmětů se nezabývá. Většina kultur přisuzuje barvám nějaký význam, ale ten nemusí být vždy stejný. A vzhledem ke kulturnímu koktejlu sběratelů, kteří se scházejí v aukčních místnostech, si lze těžko představit, že někdo vybere dokonalou barvu, která mu dopomůže zvednout prodej.

Ještě nenápadnější pobídkou než barva místnosti je citát z úvodu této kapitoly: „Obdivovat umění je lidské. Kupovat umění je božské.“ Tak zněl nadpis celostránkového inzerátu Christie's z května 2015, jehož otištění v nedělních *New York Times* stálo 114 tisíc dolarů (podle uvedených sazeb vydavatele) a v londýnských *Financial Times* okolo šedesáti procent sazby NYT. Pod titulkem stálo mnohem menším písmem: „Možná jste slyšeli o našem newyorském aukčním týdnu, při němž padaly staré rekordy. Tato bezprecedentní událost nám umožnila shromáždit na jednom místě umělecká díla, která opěvuje celý svět.“

Nadpis nekladl důraz na umění, ale na přepych. Cílem inzerce Christie's (a Sotheby's) není oznámit konání večerních aukcí. O tom, kde a kdy se odehrají, všichni potenciální kupci vědí, už proto, že aukční domy se na ně přímo obracejí a zasílají jim katalogy. Záměrem inzerátu je ujistit ty, kteří mají finance na to, aby se aukce aktivně zúčastnili, že se jedná o významnou a exkluzivní akci. Inzerát má v přihazovači posílit

vědomí, že vydražit dílo na aukci Christie's je daleko prestižnější, než kdyby ten či onen drahý předmět získal obyčejnou koupí.

Přepych má dvojí hodnotu: pro samotného majitele a pro ostatní, jimž se zdá nedosažitelný. Podmínkou takového pocitu nedosažitelnosti je, že s Christie's jakožto s prestižní značkou musí být obeznámeno mnohem více lidí, než kolik si jich může dovolit účastnit se jejích aukcí. Příkladem budiž aukční dům Bonhams, který zprostředkovává prodej zboží, které je sice drahé, ale není považováno za přepychové. Málokdo vás pozve na večeři, aby vám ukázal nový obraz, který si koupil v Bonhams.

V příštích kapitolách se zaměříme na díla, která se vydražila na dvou mimořádných aukcích: na aukci Christie's na podzim 2013 a na aukci Sotheby's z jara 2014. A potom se budeme zabývat hodnotou umění. Položíme si otázku, proč v umění platí čím více, tím lépe, povíme si, jak je to s narušováním trhu s uměním, jak funguje muzejní svět a jak si poradit s bublinou na poli umění.

Až se na následujících stránkách dočtete o horečném přihazování a rekordních cenách, mějte na paměti, že v racionálním světě, kde by panovala v otázce hodnoty umění shoda, by bylo méně spekulování. Pro takovou shodu by měl existovat řádný ekonomický termín, ale behaviorální ekonomové mu říkají Grouchův teorém. Groucho Marx nebyl ekonom, nýbrž americký komik, jenž byl ve své době považován za jednoho z nejvtipnějších. Zemřel v roce 1977 ve věku šestaosmdesáti let a naposledy vystoupil ještě týden před svou smrtí. Grouchovým teorémem je jeho výrok, že by nikdy nevstoupil do klubu, jehož úroveň je tak nízká, aby ho přijal mezi své členy.

Verze behaviorálních ekonomů zní následovně: před večerní aukcí Sotheby's se u brzké večeře sejdou dva zámožní spekulanti s uměním Michael a Neil. Michael se zmíní o svém plánu získat sochu Franze Westa, která se ten večer bude dražit za vyvolávací cenu 4 miliony dolarů. Neil přizná, že toto dílo dal do aukce on, a že vyvolávací cena je mnohem vyšší, než jakou mu aukční specialista doporučil jako cenu rezervní.

Nyní se oba zamyslí. Michael ví, že Neil není žádný hlupák. Proč tu věc prodává? Nezdá se, že by potřeboval peníze. Nemá nějakou záklisní informaci? Neil podobně přemítá o Michaelovi. Jestli se celý třese, aby za toho Westa vyplázl čtyři miliony, musí být jeho cena ještě vyšší.

Michael se rozhodne nepřihazovat. Ale na tom nesejde, protože Neil dílo stáhne z aukce několik minut před jejím začátkem.

—

A jedna poznámka na konec: ceny uvádím v amerických dolarech, které jsou ve většině případů měnou, jež byla použita při prodeji zmíněných děl.

**URČUJE HODNOTU POSLEDNÍ
DRAŽITEL?**

**„Určujícího umělce dneška z něj udělala povaha jeho díla,
která se snoubí s ekonomickými a společenskými trendy.
Jestli se vám to nelíbí, vyřídíte si to se světem.“**

— Peter Schjeldahl, kritik umění o Jeffu Koonsovi ⁴

**„Chci si s tím balonkem hrát,“ říká John. „S tímhle
balonkem si smějí hrát jen spekulanti,“ říká maminka.**

— Miriam Ellaová, *We Go to the Gallery* ⁵

ORANŽOVÝ BALONKOVÝ PEJSEK

Každá aukční sezona v New Yorku nebo v Londýně má jedno dílo, které se stane jejím symbolem. Jeho fotografie se objevují v reklamách a novinových článcích i na obálce aukčního katalogu. V případě newyorské aukce současného umění z listopadu 2013 to byl *Balloon Dog (Orange)* (Balonkový pejsek [oranžový]) (vizte obr. přílohu na konci knihy) Jeffa Koonse.

Skulptura o výšce 3,1 metru zobrazuje, co se stane, když klaun zkrouť balonek do podoby psa. *Balonkový pejsek* má celkem pět verzí. Jedna z nich byla vystavena na střeše Metropolitního muzea v New Yorku, u Velkého kanálu v Benátkách a ve Versailleském paláci nedaleko Paříže. Dílo bylo propagováno jako potenciálně nejdražší artefakt žijícího umělce prodaný v aukci. Podle odhadu Christie's se skulptura měla vydražit za 35 až 55 milionů dolarů. Horní hranice odhadu byla o padesát procent vyšší než tehdejší aukční rekord žijícího umělce z května 2013, kdy byl za 37 milionů dolarů vydražen obraz Gerharda Richtera.

Balonkový pejsek je vytvořený z tónované nerezové oceli s vysokým obsahem chromu. Jeho barva je sytá a povrch dokonale odráží světlo. Koons prohlásil, že skulptura ztvárňuje a oslavuje zážitky, které evokují dětskou radost ze světa. Současně se o tomto díle hovoří jako o postmoderním symbolu plodnosti. Zvětšit existující objekt a přetvořit jej použitím jiného materiálu patří k tradici současného umění – vzpomeňme na *Floor Burger* (Burger na podlaze, 1962) Claese Oldenburga nebo obří

panely s komiksy Roye Lichtensteina. Christie's Koonsovu skulpturu umístila před manhattanské aukční prostory v Rockefellerově centru. Dílo přitahovalo davy a na selfička se tvořily fronty čtyřiašest hodin denně.

Jeff Koons je nejúspěšnější americký umělec od dob Andyho Warhola. A stejně jako ve Warholově případě i jeho díla jsou výtvozem asistentů. Koonsovým vkladem je koncept. Jeho umělecká „továrna“, v níž je takových asistentů zaměstnáno více než sto, sídlí nedaleko Hudson Yards v newyorské oblasti West Chelsea. Nová díla vznikají na počítačových terminálech v programech pro 3D vizualizaci. Do kamene dnes tesají softwarem řízené lasery. Zhotovení vyžaduje značnou dávku experimentování a dlouhý výrobní cyklus.

Titul „nejdražší žijící umělec“ si Koons v minulosti vydobyl hned při dvou příležitostech. Jeho *Hanging Heart* (Zavěšené srdce, 1994–2006) z nerezové oceli se v roce 2007 vydražilo v aukci newyorské Sotheby's za 25,8 milionu dolarů. V roce 2008 byl tento rekord překonán, když se skulptura *Balloon Flower (Magenta)* (Balonková květina [purpurová], 1995–1999) v aukci londýnské Christie's vydražila za 25,7 milionu, a v roce 2012 byl překonán znovu, když newyorská Christie's vydražila Koonsovu skulpturu *Tulips* (Tulipány, 1995–2004) za 33,7 milionu. Každé ze zmíněných děl existuje v počtu pěti kusů.

Gerhard Richter se znovu stal „nejdražším žijícím umělcem“ v květnu 2013, kdy se jeho obraz *Domplatz, Mailand* (Katedrální náměstí, Milán, 1968) zachycující milánské Piazza del Duomo vydražil za 37 milionů dolarů. O půl roku později se na první místo probojoval *Balonkový pejsek*.

Christie's se nezdáhalo připomínat, že sběratel, který skulpturu získá, dosáhne hvězdného statusu, a tisícům svých klientů rozeslala e-maily nadepsané „Historie se bude psát tady a teď“. Brett Gorvy, tehdejší předseda a mezinárodní šéf sekce poválečného a současného umění zmíněné aukční síně, v hromadném e-mailu oznamoval:

Balonkový pejsek je svatým grálem sběratelů a nadací. Kdokoli měl toto dílo v soukromém vlastnictví, těšil se mimořádnému postavení. Vydražitel *Balonkového pejška* se okamžitě zařadí mezi nejvýznamnější sběratele na světě a povýší sbírku na úroveň, jež nemá obdoby.⁶

Propagace Christie's se setkala s vřelým přijetím: předaukční prohlídku navštívilo 10 tisíc lidí a 1 400 se zúčastnilo vlastní aukce, přesto-

že na stovky z nich nevybyla židle. Pro ty, kteří vyžadovali diskrétnost, Christie's postavila separátní přízemní lóži s jednosměrným sklem. Novinářka Kelly Crowová ji ve *Wall Street Journal* popsala jako loveckou skrýš.

Na ulici před sídlem Christie's v Rockefellerově centru onoho večera, kdy se konala aukce, prý parkoval jeden černý cadillac za druhým, všechny s neprůhlednými skly a se zlatými cihlami v kufru. O přítomných se mluvilo jako o dražitelích, obvyklých podezřelých v módních kreacích, hladovém tisku a zlatokopkách toužících udělat terno.

Na rozdíl od většiny drahého současného umění nevyplyvá hodnota *Balonkového pejška (oranžového)* ze zákulisní historky, která dílo provází – leda by vydražitele upoutala glorifikace dětství. V tomto případě, jak zdůrazňoval Gorvy, se do vysoké hodnoty promítl fakt, že nový majitel vstoupí do exkluzivního klubu sběratelů, kteří vlastní ostatní skulptury z téhož cyklu.

Každá z pěti verzí díla má jinou barvu. Manažer hedgeových fondů Steven Cohen má žlutou. Losangeleský finančník Eli Broad modrou, řecký průmyslník Dakis Joannou červenou a majitel Christie's François Pinault purpurovou. Právě tyto sběratele měl na mysli Gorvy.

Na nedělním brunchi pouze pro pozvané, který se konal dva dny před aukcí, číšníci nosili na ramenou tyče, z nichž visely podnosy se šampaňským. Nechyběl švédský stůl s bagely a uzeným lososem. Jeden komentátor charakterizoval shromážděnou společnost jako „expresionismus po plastické operaci“.⁷ Za organizaci brunchu byla zodpovědná tehdejší viceprezidentka Christie's Capucine Milliotová.

Den před aukcí rozeslal Gorvy další hromadný e-mail nadepsaný „Poslední úvahy o zítřejší aukci“, v němž udílel rady dražitelům a popisoval svou verzi „lítosti z prohry“:

Je druhý den ráno, probudíte se a uvědomíte si, že nemáte artefakt, jež jste toužili vlastnit. Jak moc vás to bolí? Míře bolesti by měla odpovídat výše vašich příhozů. Jinak vás bude pronásledovat vzpomínka na dílo a bolest z prohry.⁸

Lítost je pocit, kterému licitátoři rozumějí a dovedou ho využívat; jestliže dražebník upozorňuje dražitele, který svůj boj vzdává, že by mohl později litovat, není to pouze řečnický obrat. V průběhu aukce se

názor dražitele proměňuje. Pokud má naději dílo vlastnit, přisuzuje mu větší hodnotu. Jde o tentýž princip, který nutí investora, aby si nechával akcie, přestože je zřejmé, že by se jich měl zbavit.

Neúspěšné dražitele mrzí, že nezískali dílo, které mohli vlastnit. Když „téměř vlastníme skulpturu a pak o ni přijdeme“, je to jiný referenční bod, než když máme peníze a připravujeme se na příhoz. Kognitivní psychologové v této souvislosti hovoří o tzv. efektu držby. Dražitel přihazuje, aby nepřišel o cenu.

Efekt držby se projeví v okamžiku, kdy dražitel vítězí. Coby momentální vítěz se nechce vzdát, aby předešel možným pocitům lítosti, a proto je ochoten v přihazování pokračovat. Toho využívá licitátor Christie's Jussi Pyllkänen: „Poslední příhoz... Víte to jistě?... Nelituje- te?... Zůstáváte ve hře?... Vaše nebude, pane... Nenechte mu to.“ Své komentáře doprovází rozmáchlými gesty a předklání se směrem k nerozhodnému dražiteli, který se ocitl na druhém místě, aby jej vyprovokoval k reakci.

Co licitátor slyšet nechce, je tzv. skokový příhoz. Ten vypadá následovně: licitátor udržuje tempo („Máme tu pána vlevo milion tři sta a příhoz po telefonu milion pět set.“), když vtom jeden z dražitelů nabídne dva miliony. Výsledkem může být, že ostatní usoudí, že tenhle pán je ochoten zaplatit jakkoli vysokou částku, vyšší než kdokoli z nich, vyšší, než jakou má dílo hodnotu. Tím pádem jsou ze hry a dál přihazovat nebudou. Takový skok naruší tempo a současně, což je ještě důležitější, zruší veškerý efekt držby. Pro skokového dražitele je to dobrá strategie.

Ovšem nadšení v licitátorovi nevzbudí ani tzv. poloviční příhoz, kdy dražitel nabízí zvýšení o polovinu přihazované částky, což signalizuje zvednutím ruky do horizontální polohy. Ať už licitátor příhoz přijme, nebo ne, vždy je to znamení, že se přihazování blíží maximální dosažitelné hranici.

U *Balonkového pejska (oranžového)* byla garantovaná cena v rozmezí 35 až 40 milionů dolarů. Záruka existovat musela. Po tak masivní propagaci si aukční síň nemohla dovolit, aby skulptura v aukci propadla.

Balonkový pejsek (oranžový) přišel na řadu jako dvanáctý. Nejprve se přihazovalo po třech milionech dolarů, později po dvou. Prvním identifikovatelným dražitelem byl obchodník s uměním David Zwirner. Ten zvedl přidělené číslo u částky 39 milionů, a když se potom přihazovalo po dvou milionech, zůstal ve hře až do 51 milionů. Pak už své číslo nezvedl.

Žádné skokové příhozy se nekonaly. *Balonkovú pejsek* byl přiklepenut za 52 milionů dolarů, po započtení provize aukční síně se cena vyšplhala na 58,4 milionu. Vydražitelem se stal newyorský sběratel Jose Muğrabi. Ten dílo umístil do skladu v New Jersey, přičemž předpokládal, že je časem výhodně přeprodá. Abychom zasadili kladívkovou cenu do souvislostí, připomeňme, že se téměř shodovala s výší amerického rozpočtu určeného pro vývoj vakcíny proti ebole, o nějž se dělily všechny zdravotnické instituce.

Tím se dostáváme k dalšímu ekonomickému konceptu: k prokletí vítěze. Jestliže o totéž dílo soupeří mnoho dražitelů, zvítězí ten, kdo nejvíc nadsadí jeho hodnotu. Dražitel si záhy uvědomí, že právě nabídl vyšší částku, než jakou považoval za adekvátní dílu kdokoli jiný z přítomných či z dražitelů po telefonu. O tom svědčí i skutečnost, že se přibližně pět procent vydražitelů později obrátí na zástupce aukční síně, vysvětluje, že se nechali unést, a ptají se, zda by se nedalo něco dělat. Aukční síň obvykle odpoví, že dílo po roce a půl s radostí znovu zařadí do aukce. Na Muğrabiho se prokletí vítěze patrně nevztahuje, protože ten kupuje (a prodává) tolik uměleckých děl, že si s žádným nebude dělat těžkou hlavu. Na mě by se ovšem vztahovalo nade vši pochybnost.

Všeobecně panovalo přesvědčení, že si Christie's musela přijít na víc než slušné peníze, ale ve skutečnosti na *Balonkovém pejskovi* prodělala. Tento příklad ukazuje, že čím je umělecké dílo dražší, tím nižší zisk z něj často plyne aukční síni, což je paradox, k němuž dochází zejména u prodejů současného umění.

Aukční síň obvykle účtuje provizi prodejci i vydražiteli. U levnějších děl činí prodejní provize okolo 10 procent a kupní provize přibližně 25 procent. U děl nad milion dolarů si prodejci zpravidla vyjednávají nižší procento a u děl nad 5 milionů jim provize bývá odpuštěna.

Pokud aukční síň nedostane provizi od prodejce, stává se jejím jediným výnosem přírůžka účtovaná vydražiteli. Při kladívkové ceně nad dva miliony se jedná zhruba o 12 procent. Někdy si zadavatel draženého díla vyjedná rabat ve výši 4 až 7 procent z kupní provize a tím pádem obdrží 104 nebo 107 procent tzv. kladívka. Takové dohodě se také říká „příhoz s bonusem“ nebo „navýšené kladívko“. Část kupní provize může skončit u třetí strany, která zaručovala minimální cenu.

Podle zpráv Grahama Bowleyho z *New York Times* se zdá, že si sběratel umění Peter Brant, který *Balonkového pejška* prodával, vymohl

celou kupní provizi pro sebe. V článku je uveden jeho výrok, že na něm Christie's „nevydělala ani dolar“.⁹ Brant Bowleymu vysvětlil, že Christie's natolik stála o dražbu zmíněné položky, že se vzdala kupní provize a připsala mu 112 procent kladívkové ceny. Podíl z kupní provize by získala pouze tehdy, kdyby se kladívková cena vyšplhala výš. Připomeňme si, že částka, za níž se plastika prodala, učinila z Koonse nejdražšího žijícího umělce na světě.

Propagace *Balonkového pejška* znamenala pro Christie's značné náklady, nepochybně jdoucí do milionů dolarů. Aukční síň plastiku dopravila z Brantovy connecticutské usedlosti před vlastní sídlo v Rockefellerově centru, nechala ji pojistit a její prodej podpořila masivním marketingem včetně celostránkové inzerce v časopisech a novinách.

Ale proč by aukční síň usilovala o zakázku, o níž dopředu ví, že bude s největší pravděpodobností ztrátová? Především proto, aby se prestižní dílo (a s ním i podíl na trhu) nepřesunul ke konkurenci. Christie's získala do aukce dílo, jímž se mohla chlubit a od něhož si slibovala, že naláká další zadavatele a zvedne úroveň příhozů v rámci celého večera. Vedle díla draženého za rekordní cenu se ostatní nabízené umění nezdá drahé. Gorvy naznačil ještě jiný důvod. „Jdeme do kalkulovaného rizika... dílo s mimořádně vysokou hodnotou a garantovanou cenou, jako je Koonsův *Balonkový pejsek*, možná samo o sobě zisk nepřinese, ale přivede k nám kupce, kteří projeví zájem o jiná díla, čímž zajistí úspěch aukce jako celku.“¹⁰

Vědělo se, že na aukci Christie's i na aukci současného umění Sotheby's, která se konala následujícího dne, tvořila nemalou část nabídky díla „otáčející“ peníze. Umění se obvykle prodává v případech úmrtí, rozvodu, dluhů nebo změny sběratelova vkusu. Ale stává se i to, že někdo dílo přeprodává krátce poté, co je nabyt, s vidinou rychlého zisku – rychle „otočených“ peněz.

Třicet děl z nabídky výše zmíněných aukcí zadali k prodeji investoři. Tato třicítka současně představovala významnou část z odhadované hodnoty všech dražených děl. Jen Steven Cohen (sběratel a majitel žluté verze *Balonkového pejška*) prodával dvanáct děl, přičemž všechna získal v aukcích nebo na veletrzích umění během tří předchozích let. Podle předaukčního odhadu měla dohromady cenu 80 milionů dolarů. Kdykoli začnou znalci z jakéhokoli oboru prodávat majetek ve velkém, ostatní investory přepadnou obavy z cenové bubliny a nejistota ohledně budoucnosti daného trhu.

Na Cohenově příkladu je dobře vidět, jak je těžké určit přesný důvod, proč se sběratelé rozhodli k prodeji. Novináři naznačovali, že Cohen má vysoké právní výdaje a jeho hedgeovému fondu hrozí vysoká pokuta související s údajným porušováním pravidel při obchodování s cennými papíry. Ale nabízelo se i jiné věrohodné vysvětlení. V té době totiž neuběhl ani rok od chvíle, kdy Cohen zaplatil 150 milionů dolarů majiteli kasin Stevem Wynnovi za Picassův obraz *Le Rêve* (Sen). Vtip je v tom, že majitelé, kteří vydělají na prodeji výtvarného umění, mají nárok na odklad daňové povinnosti, pokud do jednoho roku po uskutečnění prodeji zakoupí umělecké dílo srovnatelné hodnoty. Možná se Cohen rozhodl k prodeji z daňových důvodů.

V příští kapitole se budeme zabývat další položkou téže aukce Christie's, v níž se prodal *Balonkový pejsek*. Jedná se o triptych Francise Bacona, který se stal nejvýše vydraženým uměleckým dílem všech dob, nebereme-li v úvahu inflaci.

„Obraz nezachycuje zkušenost, ale sám zkušeností je.“

— Mark Rothko, malíř ¹¹

TŘI STUDIE LUCIANA FREUDA

Dílem s nejvyšším cenovým odhadem v newyorských aukcích z listopadu 2013, kdy se mimo jiné vydražil *Balonkoový pejsek*, byly *Three Studies of Lucian Freud* (Tři studie Luciana Freuda, 1969) od Francise Bacona, které nabízela Christie's (vizte obr. přílohu na konci knihy). Triptych sestává ze tří podobizen Luciana Freuda, někdejšího Baconova malířského rivala a vnuka otce psychoanalýzy Sigmunda Freuda. Dílo šlo do aukce s cenovým odhadem 85 milionů dolarů. Tato částka byla považována za opodstatněnou; o Baconovi se mluví jako o největším portrétistovi druhé poloviny dvacátého století. Je možné, že *Tři studie* byly posledním významným umělcovým triptychem z šedesátých let, který zůstal v soukromých rukou.

Bacon namaloval tři panely, které měly být vystavovány společně. Triptych nejprve putoval do turínské Galleria Galatea, jež panely později prodala samostatně, bez Freudova souhlasu. Teprve v roce 1989 triptych znovu zkompletoval italský sběratel, jehož list *Wall Street Journal* identifikoval jako právníka Francesca De Simone Niquesu. Jeden panel získal z Paříže, druhý z Japonska a třetí již vlastnil.

V průběhu let dostal řadu nabídek na odkoupení či aukční prodej. Začátkem roku 2013 triptych koupil investor do umění, jehož jméno nebylo oficiálně zveřejněno. Má se ovšem za to, že se jednalo o finančníka mexického původu Davida Martíneze Guzmána. Dílo šlo do aukce se záruční cenou 85 milionů dolarů, čímž se zmenšilo riziko majitele (byť

je možné, že Martínez triptych koupil za vyšší částku). Záruční cena umožnila Christie's sklízet plody rozsáhlé publicity a současně získat podíl na případném zisku.

V médiích se objevily zprávy, že panely byly zkompletovány, protože Christie's svou nabídku záruční ceny podmínila prodejem triptychu jako celku, čímž se zvýšila výjimečnost a atraktivita díla. Tento zákulisní příběh zní zajímavěji než příběh skutečný; je možné, že je smyšlený.

Triptych byl v katalogu uveden jako položka číslo 32. Ale několik hodin před aukcí Christie's upozornila klienty, že se dílo přesouvá a půjde do aukce pod číslem 8A. To bylo něco neslýchaného: jakmile je katalog vytištěn, s položkami se nehýbe. Jenže jeden z klientů aukční síně naznačil, že by byl ochoten jít nad cenový odhad, ale pouze tehdy, pokud bude dílo draženo pod šťastným číslem. A Christie's mu vyhověla.

Licitátor Jussi Pykkänen zahájil aukci s vyvolávací cenou 80 milionů dolarů. Nejvyšší částka, za niž se do té doby vydražilo Baconovo dílo, činila 83,6 milionu. Výše vyvolávací ceny i částky, o kterou se zvyšují příhozy, slouží dražitelům jako pobídky či pevné body. Jestliže licitátor oznámí, že si přeje, aby se přihazovalo po pěti milionech, je zřejmé, že má v rukávu vážně míněné nabídky – příhozy, o nichž byl informován předem – a nyní se chce co nejrychleji dostat na úroveň nejvyššího příhozu, aby zjistil reálnou hodnotu položky a míru dražitelského zápalu.

Hong Gyu Shin, třiaadvacetiletý ředitel newyorské Shin Gallery, přihazoval do výše 100 milionů dolarů. „Končím na 100 milionech,“ prohlásil Pykkänen s odkazem na dopředu nahlášené příhozy. Obchodník s uměním Larry Gagosian zvedl své číslo a nabídl 101 milionů. „Zvedněte to na pětku, prosím,“ zareagoval Pykkänen a Gagosian přikývl na znamení, že souhlasí s cenou 105 milionů. Shin přihodil na 110 milionů a Gagosian zavrtěl hlavou. „Děkuji za vaši účast v aukci,“ řekl Pykkänen Gagosianovi.¹²

Shin „odpadl“ při částce 124 milionů, aniž to Pykkänen komentoval. Mandarínsky hovořící zaměstnanec aukční síně po telefonu vyřídil příhoz ve výši 120 a poté 124 milionů – snad se jednalo o onoho klienta, jenž požadoval šťastné číslo. Když Pykkänen vyzval k příhozu na 126 milionů, jeden z dražitelů učinil gesto značící poloviční navýšení, tedy 125 milionů. „Jistě, milion dolarů je hodně peněz,“ komentoval to Pykkänen.

Obchodník s uměním William Acquavella nabídl po telefonu 127 milionů a tím aukce skončila. S kupní provizí se tak cena vyšplhala na

142,4 milionu dolarů. Acquavella přihazoval jménem Elaine Wynnové, bývalé manželky majitele lasvegaských kasin Stevea Wynna a spoluzakladatelky společnosti Wynn Resorts. Paní Wynnová už vlastnila jiné významné Baconovo dílo a v kuloárech se proslýchalo, že zájemcem, za kterého přihazoval Gagosian a který se nakonec umístil na třetí pozici, byl její někdejší manžel.

Pro lepší představu o výši kupní ceny uveďme, že americká Národní nadace pro umění se v roce 2013 musela spokojit s rozpočtem, jenž byl o čtyři miliony nižší. V době, kdy se aukce konala, byl Baconův triptych jediným uměleckým dílem, které bylo zakoupeno za cenu vyšší než 50 milionů dolarů a posléze se ziskem vydraženo v aukci.

Londýnská obchodnice s uměním Pilar Ordovasová patřila k osmi lidem, kteří si na Bacona přihodili; v jejím případě se jednalo o jediný příhoz ve výši 96 milionů dolarů. „Přihazovala jsem jménem jistého sběratele, ale málem jsem ani nedostala šanci zvednout ruku...“, podotkla k tomu později. „Za čtrnáct let v Christie's jsem nic podobného nezažila.“¹³

K výsledku aukce je zajímavé podotknout, že Christie's neposlala triptych do Los Angeles, kde má Elaine Wynnová trvalý pobyt, ale do Muzea výtvarného umění v Portlandu, kde byl vystaven patnáct týdnů. Protože se tak obraz dostal do jiného amerického státu, Wynnová nemusela platit newyorskou daň z prodeje. A mohla se vyhnout i kalifornské dani z užívání, která by činila okolo 11 milionů dolarů, protože *Tři studie* nejprve visely (a byly tudíž „užity“) v Oregonu a teprve potom putovaly do jejího losangeleského domova. Jestli tuto daňovou úlevu uplatnila, ovšem nevíme.

Daň z užívání existuje v mnoha amerických státech jako pojistka proti občanům, kteří by se chtěli vyhnout dani z prodeje tím, že budou nakupovat v sousedních státech. Výše daně z užívání odpovídá výši daně z prodeje. Kupující si má spočítat, kolik dluží za nákupy mimo území domovského státu, a příslušnou částku dobrovolně deklarovat a zaplatit. Tato daň vznikla za účelem zdanění takového zboží, jako je zařízení do domácnosti, ale vztahuje se na všechny transakce, včetně nákupu umění.

Pokud je ovšem nově pořízený obraz vystaven po stanovenou dobu – zpravidla tři až čtyři měsíce – ve státě, který tyto daně neuvaluje (např. v Kalifornii), je to považováno za jeho „první užití“. Pět států, v nichž neplatí daň z užívání ani z prodeje, jsou Oregon, New Hampshire, Delaware,

Montana a Aljaška. Taková transakce je posléze osvobozená od daně nejen ve státě, kde bylo dílo vystaveno, ale i ve státě, kde má jeho nabyvatel trvalý pobyt.

Mnozí lidé z umělecké branže se domnívali, že cena, za niž se *Tři studie* vydražily, je signálem blížícího se splasknutí cenové bubliny. Tentýž newyorský sběratel, který do aukce zadal Bacona, prodával také *Apocalypse Now* (Apokalypsa, 1988), dílo od Christophera Woola, které zakoupil jen o několik týdnů dříve v soukromé transakci. Christie's jeho cenu odhadla pouze na 15 až 20 milionů dolarů, ale v aukci bylo vydraženo za 26,5 milionu. Prodej *Tří studií* a *Apokalypsy* (jíž se budeme více věnovat v další kapitole) posílil pocit, že bublina praskne co nevidět.

„Apokalypsa je jako ďábelská křížovka vyplněná zatracenci. Slova se lámou podél neurčených hran a propadají se do chaosu a zmatku. Obraz se stává žalmem, skandovaným sloganem, výkřikem.“

— Jerry Saltz, kritik umění

„Elegantní zážitkové potěšení, z něhož lze pochopit mnohé o síle obrazu, o dívání se ve smyslu prozkoumávání a o prostých fyzických inovacích, které jsou základem evoluce obrazu.“

— Roberta Smithová, kritička umění o výstavě Christophera Woola z roku 2013 ¹⁴

DVACET ŠEST MILIONŮ DOLARŮ ZA DEVĚT SLOV

Na téže listopadové aukci Christie's, kde se dražily *Tři studie*, se do třetí řady posadil obchodník s uměním Christophe van de Weghe připravený nabídnout rekordní sumu za katalogovou položku číslo 8. Jménem jednoho ze svých klientů přihazoval na obraz ze slov od Christophera Woola nazvaný *Apocalypse Now* (Apokalypsa, 1988).

Obraz sestává ze třiatřiceti černých tučně vysázených kapitálků; z písmen rozmístěných na šabloně z bílé natřeného aluminia o velikosti 2,1 × 1,8 metru, rozdělené do pěti řad o osmi horizontálních políčkách, se skládá nápis SELL THE HOUSE SELL THE CAR SELL THE KIDS (PRODEJ DŮM PRODEJ AUTO PRODEJ DĚTI). (Vizte obr. přílohu na konci knihy.)

Apokalypsa byla zakoupena v soukromé transakci několik týdnů před aukcí. Cenový odhad Christie's byl záměrně nízký: mezi 15 a 20 miliony dolarů. Tehdejší Woolův aukční rekord z londýnské aukce Christie's v únoru 2012 sice činil 7,7 milionu, takže kdyby se *Apokalypsa* vydražila za průměr aukčního odhadu, rekord by byl překonán více než dvojnásobně, jenže van de Weghe byl odhodlán nabídnout mnohem vyšší částku.

Se svým klientem neuzavřel žádnou oficiální smlouvu. Věřil, že pokud v aukci uspěje, a to i v případě, že by přesáhl odsouhlasený finanční limit, klient uhradí fakturu aukčního domu i skromnou provizi. Takové neformální dohody jsou v uměleckém světě pozoruhodně běžné. Van de Weghe byl dlouholetým klientem Christie's, a proto nemusel skládat hotovost.

Zmíněné dílo provází silný zákulisní příběh. Text obrazu pochází z filmu natočeného v roce 1979 podle románu Josepha Conrada *Srdce temnoty*. Film režíroval Francis Ford Coppola a objevily se v něm takové herecké hvězdy jako Marlon Brando, Martin Sheen nebo Robert Duvall. Výše uvedená slova patří kapitánovi americké armády Richardu Colbymu, jenž má za úkol spáchat atentát na důstojníka, který se vymkl kontrole. Dopis, který napíše své ženě, obsahuje mimo jiné šestiřádkový odstavec, v němž stojí: „Prodej dům, prodej auto, prodej děti, najdi si někoho jiného, na mě zapomeň. Já se nikdy nevrátím. Zapomeň na mě.“ V dopise zaznívá pesimismus ohledně výsledku války ve Vietnamu, který je pro poslední dny tohoto konfliktu charakteristický. „Je to jeho majstrštyk,“ prohlásil van de Weghe o Woolově obraze.¹⁵

Christopher Wool (nar. 1955) se svými obrazy ze slov proslavil. Většinou jde, stejně jako v případě *Apokalypsy*, o černá písmena nanesená přes šablonu na bílé pozadí. První dílo tohoto typu vzniklo v roce 1987. Původní myšlenku vnukl umělci pohled na bílý nákladák posprejovaný černými nápisy „láska“ a „sex“.

Někdy jsou texty Woolových obrazů tajuplné, jako je tomu u šestiřádkového díla THE HARDER YOU LOOK, THE HARDER YOU LOOK (ČÍM POZORNĚJI SE DÍVÁŠ, TÍM POZORNĚJI SE DÍVÁŠ, 2000). Občas některá písmena chybí, jako na obraze *Trouble* (Potíž, 1989), kde z textu zbyly pouze čtyři souhlásky TRBL, uspořádané do dvou řad po dvou písmenech. Některé Woolovy obrazy obsahují jen jedno dlouhé slovo. Dílo, které se v listopadu 2005 vydražilo v newyorské aukci Christie's za 1,24 milionu dolarů, se skládalo z patnácti písmen na aluminiovém podkladu rozdělených do čtyř řádek: RUNDOGRUNDOGRUN (BĚŽPSE-BĚŽPSEBĚŽ). Na těchto textových dílech bychom marně hledali tahy štětce, proto se nabízí otázka, zda se vůbec jedná o obrazy. Woolova tvorba ve světě současného umění nevzbuzuje stejné nadšení jako tvorba Jeffa Koonse nebo Gerharda Richtera, ale přesto se u kritiků těší příznivému ohlasu.

Apokalypsu vlastnila řada významných sběratelů a součástí zákulisního příběhu je i to, komu dílo patřilo v minulosti. *Apokalypsa* se poprvé objevila na veřejnosti v dubnu 1988 na výstavě newyorské 303 Gallery. Všechna díla prezentovaná na této výstavě koupili manželé Werner a Elaine Dannheisserovi. Za *Apokalypsu* prý zaplatili okolo šesti tisíc dolarů.

V roce 1992 Werner Dannheisser zemřel a jeho žena se o čtyři roky později rozhodla věnovat většinu jejich sbírky Muzeu moderního umění (MoMA). Muzeum její nabídku přijalo s jedinou výjimkou. Jednoho Christophera Woola už ve svých sbírkách mělo a kurátor se domníval, že *Apokalypsa* by tudíž byla nadbytečná.

V roce 1999 Elaine Dannheisserová pověřila obchodníka s uměním Philippa Ségalota, aby dílo zadal do aukce. Ten je ovšem vyměnil s newyorským obchodníkem Perem Skarstedtem za 150 tisíc dolarů a Woolův obraz *Untitled* (Bez názvu) z roku 1990 se slovem FOOL (BLÁZEN). Prodej *Apokalypsy* tehdy Christie's odhadovala na 60 až 80 tisíc dolarů, takže taková výměna byla pro Dannheisserovou výhodná. Ségalot zadal BLÁZNA do aukce Christie's z 19. května 1999. Cenový odhad činil 40 až 50 tisíc dolarů, ale obraz se vydražil za 420 tisíc.

V témže roce Skarstedt prodal *Apokalypsu* sběrateli Donaldu Bryantovi jun. za 400 tisíc dolarů. O dva roky později tentýž obchodník zprostředkoval další prodej, tentokrát Françoisovi Pinaultovi, majiteli aukční síně Christie's a módních značek Gucci, Alexander McQueen a Yves Saint Laurent. Pinault prý dílo pořídil za 400 tisíc dolarů a blíže nespecifikovaný obraz. V roce 2005 *Apokalypsu* prodal za 2 miliony. Novými majiteli se stali vlastníci hedgeových fondů David Ganek a jeho žena, spisovatelka Danielle Ganeková – Woolův obraz je údajně předlohou nesmírně drahého díla z jejího románu *Lulu Meets God and Doubts Him* (2007); obchod zprostředkoval Ségalot.

V roce 2005 David Ganek zasedal ve správní radě Guggenheimova muzea, které chystalo Woolovu retrospektivu. Ganekovi spolupředsedali řídicímu výboru Woolovy výstavy a *Apokalypsa* měla být jejím stěžejním dílem; v muzejním katalogu byly dílu zasvěceny tři strany.

Stane-li se nějaké dílo hlavním artefaktem retrospektivy, jeho cena výrazně vzroste, často se stává, že se jeho původní hodnota několikrát znásobí. V polovině roku 2013, poté, co Guggenheim oznámil konání výstavy, ale ještě před jejím zahájením, prý Christie's Ganekovi navrhla, aby *Apokalypsu* zadal do listopadové večerní aukce poválečného a současného umění. Takové načasování by Christie's umožnilo využít publicity, která muzejní výstavu doprovázela. Aukční síň podpořila Ganekův zájem o dražbu nabídkou cenové záruky ohromující výše. Údajně šlo o 20 milionů dolarů poskytnutých třetí stranou. Ganek vyjádřil svůj souhlas, ale chtěl počkat do jara 2014 na aukci po výstavě v Guggenheimově

muzeu. Christie's odpověděla, že záruka je platná pouze pro listopadovou aukci, která může nejlépe zúročit publicitu související s výstavou.

Ganek řekl Guggenheimovu muzeu o nabídce Christie's i o tom, že by obraz po dobu čtyř dnů předaukční prohlídky na výstavě scházel. Muzeum prý došlo k závěru, že by se nemělo podílet na komerční transakci, a proto obraz z retrospektivy vyškrtlo. A Ganek následně rezignoval na členství v jeho správní radě. Co se týče nákupu uměleckých děl, svět současného umění nezná koncept obchodování založeného na prozrazení neveřejných informací, ale v případě prodeje, v němž sehrává jistou roli muzejní výstava, zřejmě taková tolerance nepanuje.

O tom, co bylo dál, koluje několik různých verzí. Nejčastěji se psalo, že Ganekovi dílo prodali třetí straně, konkrétně finančníkovi Davidu Martínezovi Guzmánovi, který poté dílo zadal Christie's. Podle jiné verze došlo k prodeji Martínezovi už před nabídkou od Christie's. V každém případě se *Apokalypsa* na dobu předaukční prohlídky přestěhovala z Guggenheimova muzea do sídla Christie's v Rockefellerově centru. Muzeum ji nahradilo malou skicou k dílu, zapůjčenou sběratelem Peterem Brantem.

Při propagaci *Apokalypsy* Christie's opět neváhala sáhnout k superlativům. Brett Gorvy, tehdejší předseda a vedoucí sekce poválečného a současného umění v Christie's, se v tiskové zprávě vyjádřil následovně:

Apokalypsa Christophera Woola je esenciálním obrazem naší doby. Tento legendární projev naprostého nihilismu vyslovený s drsnou přímočarostí a hrubou silou patří ke klíčovým dílům současného umění. Zařazením do aukčního prodeje, jenž je očekáván s napětím a netrpělivostí, se Wool ocitá v pantheonu velkých mistrů dvacátého století.¹⁶

„Esenciální obraz naší doby“, „hrubá síla“, „naprostý nihilismus“ a „velcí mistři“. Pecka! Takový popis poskytuje vydražiteli báječný příběh, s nímž se může pochlubit přátelům.

Večer, kdy se *Apokalypsa* dražila, se van de Weghe zapojil do aukce, když se příhozy dostaly na 18 milionů dolarů. V té chvíli zůstali ve hře tři účastníci přítomní v sále a jeden další na telefonu. Van de Weghe přihlášoval až do závěrečného příklepu. Konečná cena za katalogovou položku číslo 8 včetně kupní provize pro Christie's činila 26,5 milionu dolarů.

Cena obrazu stoupla za dvacet pět let 4400krát a poslední strmý nárůst souvisel s výstavou v Guggenheimu a publicitou kolem zákulisního příběhu. Obraz se vydražil za částku třiapůlkrát vyšší, než kolik činil Woolův dosavadní aukční rekord, a dvaapůlkrát vyšší, než za kolik se o pět měsíců dříve v Sotheby's prodal obraz Petera Paula Rubense (autora postav) a Jana Brueghela staršího (autora flóry a fauny) s názvem *Rajská zahrada a pád člověka* (1613), považovaný za jeden z nejskvostnějších příkladů Brueghelových rajských krajin.

Po prodeji se v uměleckém světě spekulovalo o totožnosti zainteresovaných osob. Obecně se soudilo, že ručitelem byl Pinault. Nikoli ovšem proto, že by toužil obraz znovu vlastnit, ale proto, aby podpořil jeho prodej. A nejčastěji se lidé dohadovali, že kupcem byla katarská královská rodina, která dílo pořídila pro muzeum, s jehož výstavbou se počítalo.

Aukční rekord má pozitivní dopad na následně draženou položku, v tomto případě na *Tři studie*. Kdyby se *Tři studie* dražily pod číslem 8 a *Apokalypsa* pod číslem 8A, změnil by se jejich cenový poměr? Proslýchá se, že jeden z odborníků Christie's takové prohození prosazoval, kdežto Gorvy se domníval, že bude lepší podpořit *Tři studie* předchozím prodejem *Apokalypsy*, která měla rekordní potenciál.

Prodej *Tří studií* a *Apokalypsy* spadá do kategorie tzv. iracionality vyvolané nečekaným příjmem. S náhle nabytými penězi, jako je roční bonus nebo výhra v loterii, nakládají finančníci (stejně jako všichni ostatní) jinak než s předvídatelnými měsíčními příjmy. To je také jeden z důvodů, proč tolik kupců současného umění pochází z finančnictví (dalším důvodem je výše jejich příjmů). Obě hlavní aukční síně a několik obchodníků s uměním radí potenciálním zájemcům o koupi v listopadových newyorských aukcích, aby si nedělali starosti s cash flow, a pokud se jim něco líbí, nebáli se přihazovat: „Zaplatit můžete v lednu příštího roku, až budete mít v ruce šek s bonusem.“

Bonus nemá velký vliv na předpokládanou výši celoživotního výdělku. Kdyby se rozměnil do deseti let, patrně by neměl na chování kupce žádný dopad. Ale jestliže přijde naráz, je to nečekaná suma peněz; přihodit si na vytoužené nové dílo může být v takové chvíli lákadlo, jemuž nelze odolat. A pak je tu ještě jeden aspekt. Představte si, že navštívíte kasino, zkraje vám přeje štěstí a jste tisíc dolarů v plusu. S takovými penězi zacházíte, jako by stále patřily kasinu, a vložíte je do další hry