

# KERTÉSZ LÁSZLÓ KOR TÁRS MŰ GYŰJTÉS KÉZIKÖNYV

Copyright © Kertész László, 2018

Szerkesztette: Gajzágó György

A szöveget gondozta: Leposa Zsóka

Tördelte: Barna Design kft. (Barna Domonkos)

Borítóterv: Barna Design kft. (Barna Domonkos)

Nyomdai munkálatok: Pauker Nyomda

Jelen kiadvány a jogtulajdonos írásos engedélye nélkül sem részben, sem egészben nem másolható, sem elektronikus, sem mechanikai eljárással, ideértve a fénymásolást, számítógépes rögzítést vagy adatbankban való felhasználást is!

Kortárs Műgyűjtő Akadémia (CCA), Budapest, 2018



ISBN 978-615-00-3039-5

MŰVÉSZETSZERETŐKNEK, MŰTÁRGYVÁSÁRLÓKNAK,  
GYŰJTŐKNEK ÉS BEFEKTETŐKNEK

# TARTALOMJEGYZÉK

## ELŐSZÓ

### 1. KORTÁRS MŰVÉSZET

1.1. Mitől művészet?.....	19
1.2. Miért kortárs? Mit jelent a <i>contemporary</i> ?.....	27
Ajánlott irodalom az 1. fejezethez.....	29

### 2. A MŰVÉSZET SZÍNPADA, AZ *ART WORLD*: SZEREPLŐK, FELADATKÖRÖK ÉS KAPCSOLÓDÁSOK

2.1. A művész.....	30
2.1.1. Az edukáció.....	31
2.1.2. A korai pályaszakasz, az önmenedzsment időszaka.....	31
2.1.3. Mi a termék? Branding – a művész és a műalkotás.....	33
2.1.4. A brand életciklusa.....	35
2.2. A gyűjtemény nélküli nonprofit kiállítóhelyek.....	36
2.3. Az elsődleges piac és a kereskedelmi galériák.....	40
2.4. A dealer – a privát értékesítő.....	42
2.5. Az ügynökségek.....	43
2.6. A művészeti vásárok.....	43
2.7. Egy meghatározó megakiállítástípus: a „biennálé”.....	45
2.8. A másodlagos piac és az aukciósházak szerepe az <i>art world</i> ben.....	48

2.9. A kurátor.....	50
2.10. Információáramlás és szakmai média.....	53
2.11. A kánon hitelesítője: a múzeum.....	54
2.11.1. A múzeumfunkció előzményei.....	54
2.11.2. A polgári gyűjtemények és az első nyilvános múzeumok.....	58
2.11.3. A modern múzeum.....	62
2.12. A gyűjtő.....	65
Ajánlott irodalom a 2. fejezethez.....	65

### 3. NÉHÁNY FONTOS TUDNIVALÓ A MŰVÉSZET GAZDASÁGTANÁRÓL

3.1. A műtárgy mint termék.....	66
3.2. A művészeti iparág általános jellemzői.....	67
3.3. A kortárs műpiac termékminőség szerinti szegmentációja – Alessia Zorloni modellje.....	70
3.4. Az esztétikai és a piaci érték közti kapcsolat.....	74
3.5. A művek ára mint a minőség indikátora.....	74
3.6. A művészeti termékek fogyasztásának elmélete és a racionális függőség.....	76
3.7. A minőség elismerése a neves szakmai díjakon keresztül.....	79
3.8. Néhány, a műtárgyak árát befolyásoló tényező.....	81
3.8.1. A láthatóság: elismertség, ismertség, imidzs, hírnév.....	82
3.8.2. A szakmai elismertség alapjai: edukáció, ösztöndíjak, díjak, kiállítási részvétel, publikációk, rangos kurátorral való kapcsolat.....	83
3.8.3. A művészt képviselő galéria/galériák, valamint a <i>co-branding</i> szerepe.....	83
3.8.4. A gyűjteményekben való jelenlét értéknövelő hatása.....	84
3.8.5. A másodlagos piacon való megjelenés és a sikeres aukciók árfelhajtó szerepe.....	84
3.8.6. Hiteles minősítések, indexek.....	85

3.8.7. A műkereskedők árbefolyásoló közvetlen piaci beavatkozásai.....	85
3.8.8. Az egyes országok kortárs intézményrendszerének befolyása.....	86
3.8.9. Az életmű lezárultának a hatása az árakra .....	86
3.8.10. Származás, hitelesség, eredetiség, állapot, tulajdon .....	87
3.8.11. Kvalitás, a mű történeti kontextusa, a ritkaság .....	87
3.8.12. Az adott médium piaci pozíciója .....	89
3.8.13. A méret és az ár összefüggése.....	89
3.8.14. A mű korábbi piaci szereplése.....	90
3.9. Vásárlótípusok az árveréseken .....	90
3.10. A kortárs gyűjtői kereslet szegmentálása .....	92
3.11. A befektetési és a spekulatív kereslet.....	93
3.12. A kortárs aukciós forgalom médiumok szerinti szegmentációja.....	94
Ajánlott irodalom a 3. fejezethez .....	95

## 4. A MŰGYŰJTÉS

4.1. Miért gyűjtünk? A magángyűjtő motivációi.....	96
4.2. Miért kortársat gyűjtünk?.....	107
4.3. Mit tudunk a magángyűjtőkről? .....	110
4.4. A vállalati gyűjtemények.....	113
4.4.1. A modern minta, a Chase Manhattan Bank vállalati kollekcója .....	113
4.4.2. A vállalati gyűjtemények elterjedése .....	114
4.4.3. A céges gyűjtés motivációi .....	115
4.4.3.1. A cég brandingjének erősítése, pozitív formálása.....	116
4.4.3.2. A vállalati vásárlás mint marketingeszköz .....	117
4.4.3.3. A művészet mint kommunikáció .....	118
4.4.3.4. Gyűjtemény a dolgozók szolgálatában .....	118
4.4.4. A vállalati gyűjtemények kezelése.....	118
Ajánlott irodalom a 4. fejezethez .....	119

## 5. GYŰJTEMÉNYÉPÍTÉS

5.1. Mit gyűjtünk? Gyűjtői attitűdök, személyes víziók, stratégiák.....	122
5.2. Hol vásárolunk? .....	128
5.2.1. Vásárlás az elsődleges piacon .....	128
5.2.1.1. Vásárlás műkereskedőtől/kereskedelmi galériától.....	128
5.2.1.1.1. A forgalmazás ellenőrzése a kereskedő és a művész részéről: elővásárlási jog, feketelista.....	132
5.2.1.1.2. A kereskedő és a gyűjtő viszonya: a kapcsolatépítés fontossága.....	133
5.2.1.1.3. Visszavásárlási garancia.....	133
5.2.1.1.4. A kipróbálás lehetősége: a gyűjtő döntését segítő kölcsönzés .....	133
5.2.1.1.5. Kedvezmények.....	134
5.2.1.2. Beszerzés a művészeti vásárokon .....	134
5.2.2. Vásárlás a másodlagos piacon .....	136
5.2.2.1. Galeristák a másodlagos piacon .....	136
5.2.2.2. Beszerzés aukciókon .....	136
5.2.2.2.1. Az árverés.....	137
5.2.2.2.2. Az aukción való vásárlás költségei .....	142
5.2.2.2.3. Az árverezőházak és az integrált banki szolgáltatások .....	143
5.2.3. Online beszerzés .....	144
5.3. Közös gyűjtemény, közös beszerzés.....	145
5.4. A galéria, kereskedő vagy aukciósház leinformálása .....	146
5.5. A gyűjtő mint megrendelő és/vagy mint producer.....	147
5.6. Kire hallgassunk? A művészeti tanácsadók/kurátorok szerepe a gyűjteményépítésben.....	150
5.7. Mit vásárolunk?.....	152
5.7.1. A művész tanulmányozása - a portfólió és a teljesítmény kapcsolata .....	152

5.7.1.1.	Az életkor.....	152
5.7.1.2.	Edukáció.....	153
5.7.1.3.	Díjak és ösztöndíjak.....	153
5.7.1.4.	Kiállítási részvétel, rangos kurátorral való kapcsolat.....	154
5.7.1.5.	Művek gyűjteményekben.....	154
5.7.1.6.	Köztéri művek.....	154
5.7.1.7.	Publikációk, reprodukciók megjelenéseinek száma, idézettség.....	155
5.7.1.8.	Aukciós jelenlét.....	155
5.7.1.9.	Minősítő értékű szervezeti tagságok.....	155
5.7.1.10.	Rangsorok, indexek.....	155
5.7.2.	A mű tanulmányozása.....	156
5.7.2.1.	Proveniencia, azaz származás, eredet.....	156
5.7.2.1.1.	Hitelesség, eredetiség és hamisítás.....	158
5.7.2.1.2.	Az eredetiségigazolás.....	160
5.7.2.2.	Kvalitás.....	160
5.7.2.3.	Ritkaság.....	160
5.7.2.4.	Állapot.....	161
5.7.2.5.	A tulajdonjoggal kapcsolatban felmerülő problémák.....	163
5.7.2.5.1.	Állami és szervezett bűnözés: rabolt és lopott művek.....	164
5.7.2.5.2.	Osztott tulajdon, örökösödési viták, jelzalog és egyebek.....	165
5.7.2.5.3.	A tulajdonjog szerzői jogi korlátozása.....	165
5.7.3.	Megéri? A mű piaci értékének az elemzése a vásárláskor.....	166
5.8.	A beszerzés korlátai.....	169
5.8.1.	A védettség.....	169
5.8.1.1.	Az állam elővásárlási joga.....	169
5.8.1.2.	A védett műtárgyak kivételének szabályozása.....	170
5.8.2.	Egyéb tranzakciós és export/import korlátozások.....	171
5.9.	A beszerzés járulékos költségei.....	172
5.9.1.	Adók.....	172
5.9.2.	Behozatali vámok és áfa.....	173

## 6. A GYŰJTEMÉNY KEZELÉSE ÉS GONDOZÁSA

6.1.	Katalogizálás.....	175
6.1.1.	Gyűjteménykezelő rendszerek.....	176
6.1.1.1.	Adatbázisszoftverek és relációs adatbázisok.....	176
6.1.1.2.	Webalapú rendszerek.....	177
6.1.2.	A papíralapú dokumentumok megőrzése.....	178
6.1.3.	Mit tartalmazzon az adatbázis?.....	179
6.2.	Értékmeghatározás vagy értékbecslés.....	185
6.2.1.	Az értékbecslő kiválasztása.....	186
6.2.2.	Az értékelés egyéb lehetséges forrásai.....	186
6.2.3.	Az értékfogalmak.....	187
6.2.3.1.	Reális piaci érték vagy méltányos piaci érték - <i>Fair Market Value</i> (FMV).....	187
6.2.3.2.	Kiskereskedelmi csereérték - <i>Retail Replacement Value</i> (RRV).....	188
6.2.3.3.	Piac képes készpénzérték - <i>Marketable Cash Value</i> (MCV).....	188
6.2.4.	Az értékbecslés szempontrendszer.....	188
6.2.4.1.	Eredetiség - hitelesség.....	188
6.2.4.2.	Proveniencia/Eredettörténet.....	189
6.2.4.3.	Kvalitás/Minőség.....	189
6.2.4.4.	Ritkaság.....	190
6.2.4.5.	Printek és sokszorosított példányok (multiplikák) értékelése.....	190
6.2.4.6.	Állapot.....	191
6.2.4.7.	A mű publikáltsága és kiállítástörténete.....	192
6.2.4.8.	Földrajzi kontextus.....	192
6.2.4.9.	Méret.....	192
6.2.4.10.	Ízlések és válságok.....	193
6.2.5.	Mikor készíttessünk értékbecslést?.....	193
6.2.5.1.	Különösen nagy értékű műtárgy beszerzése előtt.....	193
6.2.5.2.	Értékesítés előtt.....	193
6.2.5.3.	Restaurálás előtt és után.....	194

6.2.5.4. Adományozás vagy ajándékozás esetén .....	194	6.3.13. A túlzott kockázatkoncentráció.....	208
6.2.5.5. Hagyatéktervezéskor.....	194	6.3.14. A biztonság és a mű környezete.....	208
6.2.5.6. Válás esetén .....	195	6.3.15. Kárigények.....	208
6.2.5.7. A művek hitelfedezetként való felhasználásakor .....	195	6.3.16. A kárrendezési folyamat.....	209
6.2.5.8. Biztosítási szerződésekhez .....	195	6.3.16.1. A totálkár .....	209
6.2.6. A gyűjteményértékeltetési stratégia.....	196	6.3.16.2. A részleges kár és az értékcsökkenés.....	209
6.2.7. Becslési módszerek és szakvélemények.....	196	6.3.16.3. A restaurálás és a művészek szerzői jogai.....	210
6.2.8. Saját becslés .....	196	6.3.16.4. Visszavásárlási megállapodások a biztosítóval.....	211
6.3. A biztosítás .....	197	6.3.16.5. A kárrendezés lehetséges adózási következményei.....	211
6.3.1. A biztosítási ajánlat, a szerződés és a kötvény.....	198	6.3.17. A gyűjtő kötelezettségei a biztosítóval szemben.....	212
6.3.2. A bróker/alkusz.....	199	6.3.18. A műtárgykölcsönzés és a biztosítás.....	212
6.3.3. A biztosító kiválasztása.....	199	6.3.19. Megéri-e biztosítani? .....	213
6.3.4. A műtárgybiztosítás .....	199	6.3.20. Önbiztosítás/öngondoskodás.....	213
6.3.5. A biztosítás költségei.....	201	6.4. A szállítás .....	214
6.3.6. A két fő fedezettípus.....	202	6.4.1. Földön, vízen, levegőben? .....	214
6.3.6.1. Tételes fedezet		6.4.1.1. Légi szállítás.....	214
- egyedi értékekre vonatkozó biztosítás .....	202	6.4.1.2. Vízen való szállítás .....	215
6.3.6.2. Ernyős fedezet – műtárgycsoportok biztosítása		6.4.2. A szállító kiválasztása.....	215
összértékre, egyedi érték megadása nélkül.....	203	6.4.3. A csomagolás.....	217
6.3.7. Belföldre vagy az egész világra érvényes fedezet.....	203	6.4.4. A szállítmányozás biztosítása .....	218
6.3.8. „All risks”.....	204	6.4.5. Ha nem a gyűjtő vagy a kölcsönző szállítat.....	219
6.3.9. A kizárások .....	204	6.4.6. Adó- és vámügyintézés .....	219
6.3.9.1. Földrengések.....	205	6.4.7. Amikor a gyűjtő szállít.....	219
6.3.9.2. Háborúk és nukleáris katasztrófák.....	205	6.5. Tárolás/raktározás.....	221
6.3.9.3. A művek természetes öregedése .....	205	6.5.1. Mire figyeljünk a tárolóhely kiválasztásánál?.....	221
6.3.9.4. Elhibázott döntések.....	205	6.5.2. Raktárbiztosítás.....	222
6.3.9.4.1. Eltulajdonítás, csalás .....	205	6.5.3. Saját tárolás.....	222
6.3.9.4.2. Hibás állagmegőrzés, restaurálás.....	206	6.6. A keretezés.....	223
6.3.9.4.3. Az eredetiségre vagy a tulajdonjogra		6.7. Az installálás.....	225
vonatkozó megtévesztésből eredő kár .....	206	6.7.1. A mű pozíciójának a megtervezése.....	225
6.3.10. A tulajdonjoggal kapcsolatos veszteségekre		6.7.2. A világítás .....	226
vonatkozó biztosítás.....	206	6.7.3. A hőmérséklet és a relatív páratartalom.....	227
6.3.11. A gyűjtemény biztosítható-e? .....	207	6.7.4. A fotóművek installálása .....	227
6.3.12. Területi kockázatok.....	208		

6.7.5.	Az emberek mint a művek környezete.....	227
6.7.6.	Betörés és lopás elleni védelem .....	228
6.7.7.	Mentési tervek katasztrófa esetére .....	228
6.8.	Állagmegőrzés és restaurálás .....	229
6.8.1.	Visszaállítani, de melyik állapotot?.....	229
6.8.2.	Mikor van szükség restaurátorra?.....	231
6.8.2.1.	A vásárlás előtt .....	231
6.8.2.2.	Bizonyos esetekben: a csomagolásnál .....	231
6.8.2.3.	Amikor a munka megsérül .....	231
6.8.2.4.	Ha felmerül a mű állagmegóvó tisztítása.....	231
6.8.2.5.	Általános gyűjtemény-karbantartási terv készítésénél.....	232
6.8.3.	A kortárs művek megőrzésének kihívásai.....	232
6.8.4.	A konzerválás/restaurálás folyamata .....	233
6.8.4.1.	A restaurátor kiválasztása.....	233
6.8.4.2.	Állapotmegőrzési/restaurálási terv .....	233
6.9.	A gyűjtemény bemutatása.....	235
6.9.1.	A privát bemutatás.....	237
6.9.2.	A nyilvános és a félig nyilvános bemutatás .....	237
6.9.3.	A kölcsönzés .....	238
6.9.3.1.	A gyűjteménnyel járó kötelezettségek.....	238
6.9.3.2.	A kölcsönszerződés.....	240
6.9.3.3.	A kölcsönzés ideje alatti értéknövekedés.....	241
6.9.3.4.	Magánéletünk és személyes adataink védelme.....	241
6.9.3.5.	Összeférhetetlenség .....	241
6.10.	A gyűjtemény publikálása.....	241
6.11.	A gyűjteménykezelés kiszervezése .....	242
	Ajánlott irodalom az 5. és a 6. fejezethez .....	243

## 7. A MŰVÉSZET MINT BEFEKTETÉS

7.1.	Az árindexek .....	245
7.1.1.	Az ismétlődő értékesítésre építő index .....	247
7.1.1.1.	Az ismétlődő értékesítésre építő index pozitívumai.....	247
7.1.1.2.	Az ismétlődő értékesítésre építő módszer problémái.....	248
7.1.2.	Hedonikus megközelítésű árindexek.....	248
7.1.2.1.	A hedonikus módszerrel készült indexek előnyei.....	249
7.1.2.2.	A hedonikus megközelítésű árindexek hátrányai.....	249
7.1.3.	A hibrid modellek.....	250
7.2.	Az áradatbázisok .....	250
7.2.1.	Az <i>Invaluable</i> .....	250
7.2.2.	Az <i>Artprice</i> .....	251
7.2.3.	Az <i>artnet</i> .....	251
7.2.4.	A <i>Blouin Art Sales Index</i> .....	252
7.2.5.	Az <i>AMR</i> .....	252
7.2.6.	Az árinformációk egyéb forrásai .....	253
7.3.	A művészeti befektetések hozama.....	253
7.4.	A művészeti befektetési alapok.....	258
7.4.1.	A művészeti befektetési alapkezelők által alkalmazott főbb stratégiák.....	259
7.4.1.1.	Úgynevezett „földrajzi arbitrázs”-stratégiák.....	259
7.4.1.2.	Regionális művészet gyűjtésére fókuszáló stratégiák.....	259
7.4.1.3.	Művészettörténeti periódusok akvizíciójára koncentráló stratégiák.....	259
7.4.1.4.	Médium-stratégiák.....	260
7.4.1.5.	A feltörekvő művészek munkáinak gyűjtésére koncentráló stratégiák.....	260
7.4.1.6.	Az úgynevezett „válságot kihasználó” ( <i>distressed</i> ) stratégiák.....	260
7.4.1.7.	Nagybani vásárlási stratégiák.....	260
7.4.1.8.	Kanonizáló stratégiák.....	260

7.4.2.	A művészeti befektetési alapok fő kockázati típusai.....	260
7.4.2.1.	Hosszú távú befektetést kínáló, művészeti befektetési alapok .....	260
7.4.2.2.	Rövid távú befektetést kínáló, spekulatív művészeti befektetési alapok.....	261
7.4.3.	A művészeti befektetési alapok előnyei.....	261
7.4.4.	A művészeti befektetési alapokkal kapcsolatos problémák.....	262
7.4.5.	Konceptcionális előzmény: „a medve bőre” .....	263
7.4.6.	A British Rail Pension Fund.....	263
7.4.7.	A művészeti befektetési alapok globális piaca az elmúlt húsz évben .....	266
7.4.7.1.	A kezdetek: 2000-2005.....	266
7.4.7.2.	A második periódus: 2006-2009 .....	266
7.4.7.3.	A harmadik ciklus: 2010-től 2012-ig .....	267
7.4.7.4.	A kínai piac összezsugorodása: 2013-tól máig .....	267
7.5.	A műtárgy mint hitelfedezet.....	268
7.6.	A vámraktárak (freeports) műtárgypiaci alkalmazása .....	269
	Ajánlott irodalom a 7. fejezethez.....	270

## **8. MINDEN GYŰJTHETŐ, AMI KORTÁRS MŰVÉSZET. A LÁTSZÓLAG NEHEZEN KEZELHETŐ MÉDIUMOKRÓL**

8.1.	A kortárs képzőművészeti film- és videómunkák gyűjtése .....	273
8.1.1.	Kis médiumtörténet.....	273
8.1.2.	Néhány szempont film és videó gyűjtéséhez.....	275
8.2.	Az újmédia-művészet gyűjtése.....	278
8.2.1.	Mi is az újmédia-művészet? .....	278
8.2.2.	Az újmédia-művészet gyűjtésének kihívásai.....	279
	Ajánlott irodalom a 8. fejezethez .....	281

## **9. ELVÁLÁS A GYŰJTEMÉNY RÉSZEITŐL VAGY A KOLLEKCIÓTÓL: SELEJTEZÉS, ÉRTÉKESÍTÉS, AJÁNDÉKOZÁS, HAGYATÉKTERVEZÉS, GYŰJTEMÉNYBŐL MÚZEUM**

9.1.	Értékesítés .....	283
9.1.1.	Aukción való értékesítés .....	284
9.1.2.	Aukciósházon keresztül való privát értékesítés .....	285
9.1.3.	Értékesítés kereskedőn keresztül .....	286
9.1.4.	Közvetlen értékesítés .....	287
9.2.	A gyűjtemény megbontása vagyonfelosztás miatt .....	287
9.3.	Gondoskodás a gyűjtemény jövőjéről: ajándékozás és hagyatéktervezés .....	288
9.3.1.	Az ajándékozás.....	288
9.3.2.	Adományozás közgyűjteménynek vagy múzeumnak .....	289
9.3.3.	Kedvezményes árú eladások múzeumok számára.....	291
9.4.	Gyűjteményből múzeum .....	291
9.5.	A műtárgyeladásokból származó jövedelem adója .....	292
	Ajánlott irodalom a 9. fejezethez .....	292