

Přístupy vybraných soukromých galerií současného umění v ČR a v Londýně

Ing. Dana Šebestová

Diplomová práce
2025



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta multimediálních komunikací

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně

Fakulta multimediálních komunikací

Ateliér Arts Management

Akademický rok: 2024/2025

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(projektu, uměleckého díla, uměleckého výkonu)

Jméno a příjmení:	Ing. Dana Šebestová
Osobní číslo:	K23399
Studijní program:	N0288P310001 Arts Management
Forma studia:	Kombinovaná
Téma práce:	Přístupy vybraných soukromých galerií současného umění v ČR a v Londýně

Zásady pro vypracování

1. Přehled vzniku a vývoje soukromých galerií současného umění od 90. let v ČR.
2. Představení současných trendů na poli komerčních galerií v ČR i Londýně.
3. Případové studie z vybraných galerií ČR a z Londýna s rozdílnými přístupy.
4. Komparace přístupu soukromých galerií obou zemí k současnému umění.
5. Jak se poučit z londýnského příkladu? Implementační návrh pro české prostředí.

Forma zpracování diplomové práce: **tištěná/elektronická**

Seznam doporučené literatury:

London Twelve: současné britské umění = contemporary british art. Praha: Galerie hlavního města Prahy, c2012. ISBN 978-80-7010-711-9.
POOKE, Grant. *Contemporary British Art: An Introduction*. London: Routledge, 2010. ISBN 978-0-415-38974-7.
QUEMIN, Alain. *The Social World of Galleries*. New York: Routledge, 2024. ISBN 978-0367748121.
MORGANOVÁ, Pavlína; NEKVINDOVÁ, Terezie a SVATOŠOVÁ, Dagmar. *Výstava jako médium: české umění 1957-1999*. Praha: VVP AVU, 2020. ISBN 978-80-88366-13-3.
HORÁK, Jan, HORÁK, Ondřej (ed.). *Místa počínů: historie výstavních prostorů u nás od 19. st. po současnost*. Praha: Komunikální prostor Školská 28, [2010?]. ISBN 978-80-254-8775-4.
TŘEŠTÍK, Michael (ed.). *Muzea a galerie v Praze*. Praha: Agentura Kdo je kdo, 2000. ISBN 80-902586-4-6.

Vedoucí diplomové práce: **Mgr. Anežka Januschka Kořínková**
Ateliér Arts Management

Datum zadání diplomové práce: **31. října 2024**
Termín odevzdání diplomové práce: **23. května 2025**

L.S.

Mgr. Josef Kocourek, Ph.D.
děkan

Mgr. Jana Ovčáčková, Ph.D.
vedoucí ateliéru

Ve Zlíně dne 2. prosince 2024

PROHLÁŠENÍ AUTORA DIPLOMOVÉ PRÁCE

Beru na vědomí, že

- odevzdáním diplomové práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb., v platném znění bez ohledu na výsledek obhajoby;
- diplomová práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému a bude dostupná k nahlédnutí;
- jedno vyhotovení diplomové práce v listinné podobě bude ponecháno Univerzitě Tomáše Bati ve Zlíně k uložení;
- na moji diplomovou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3;
- podle § 60 odst. 1 autorského zákona má Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- podle § 60 odst. 2 a 3 mohu užít své dílo – diplomovou práci – nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen s předchozím písemným souhlasem Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše);
- pokud bylo k vypracování diplomové práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tj. k nekomerčnímu využití), nelze výsledky diplomové práce využít ke komerčním účelům;
- pokud je výstupem diplomové práce jakýkoliv softwarový produkt, považují se za součást práce rovněž i zdrojové kódy, popř. soubory, ze kterých se projekt skládá; neodevzdání této součásti může být důvodem k neobhájení práce.

Prohlašuji, že

- jsem na diplomové práci pracoval(a) samostatně a použitou literaturu jsem řádně citoval(a); v případě publikace výsledků budu uveden(a) jako spoluautor;
- odevzdaná verze diplomové práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou obsahově totožné.

Ve Zlíně, dne

.....
podpis autora

ABSTRAKT

Diplomová práce se zaměřuje na komparaci přístupů vybraných soukromých galerií současného umění v ČR a v Londýně. V úvodu mapuje vznik a vývoj předních galerií od 90. let a představuje typologii galerií obou zemí, včetně jejich rolí v kontextu umělecké scény. Dále popisuje vývoj a aktuální scénu současného umění v ČR a v Londýně a věnuje se kurátorským přístupům.

Analýza zahrnuje několik případových studií z galerií z ČR a Londýna, reprezentující rozdílné přístupy z hlediska edukace, prodejní strategie, přístupů vystavování či využívání moderních technologií. Hlavními kritérii hodnocení jsou přístupy k výstavám, programům, návštěvnosti, financování, prodejům a profilům vystavovaných umělců (etablovaní vs. emerging artists).

Srovnání se opírá o sekundární data o prodejkách, dále například o recenze nebo PR. V závěru práce je komparace doplněna o rozhovor se zaměstnanci galerií formou otevřených otázek. Zvláštní pozornost je věnována charakteristice publika v ČR a Londýně a rozdílům v jejich nákupním chování.

Cílem práce je nejen porovnat přístupy galerií k současnému umění, ale také identifikovat a aplikovat jedinečný a neoptimálnější přístup zahraniční galerie na české prostředí, s ohledem na specifika českého publika.

Klíčová slova: Současné umění, soukromé galerie, český trh s uměním, přístupy galerií, komparativní analýza galerií, londýnský trh s uměním, kulturní politika, prodej umění, mediální obraz galerií, veřejné mínění galerií, vzdělávání publika, sběratelství, chování sběratelů, způsoby výstavnictví, White Cube, Hunt Kastner, DSC Gallery, Trafo Gallery

ABSTRACT

The thesis focuses on a comparative analysis of approaches employed by selected private contemporary art galleries in the Czech Republic and London. The introduction explores the establishment and development of leading galleries since the and presents a typology of galleries in both countries, highlighting their roles within the broader art scene. It also provides an overview of the evolution and current state of contemporary art in the Czech Republic and London, with an emphasis on curatorial practices.

The analysis includes case studies of galleries from both regions, each representing distinct approaches in terms of education, sales strategies, exhibition practices, or the use of modern technologies. The primary evaluation criteria include exhibition approaches, programming, visitor engagement, funding models, sales performance, and the profiles of exhibiting artists (established vs. emerging artists).

The comparison is based on secondary data, such as sales statistics, reviews, and public relations outputs. Furthermore, the study incorporates interviews with gallery staff, conducted using open-ended questions. Particular attention is given to the characteristics of audiences in the Czech Republic and London, as well as the differences in their purchasing behavior.

The aim of the thesis is not only to compare gallery approaches to contemporary art but also to identify and adapt a unique and optimal international gallery model for the Czech environment, taking into account the specificities of the Czech audience.

Keywords: Contemporary art, Private galleries, Czech art market, Gallery approaches, Comparative analysis of galleries, London art market, Cultural policy, Art sales, Media representation of galleries, Public perception of galleries, Audience education, Collecting, Collector behavior, Exhibition methods, White Cube, Hunt Kastner, DSC Gallery, Trafo Gallery

PODĚKOVÁNÍ

Chtěla bych poděkovat vedoucí práce za její neocenitelnou podporu, cenné rady a trpělivost při vedení této práce. Dále děkuji všem, kteří se podíleli na rozhovorech a našli si čas podělit se o své cenné znalosti a zkušenosti. Tyto odpovědi rozšířily práci o cenné perspektivy a hlubší vhled do problematiky.

OBSAH

ÚVOD.....	13
1 METODOLOGIE.....	15
1.1 POUŽITÁ LITERATURA	15
1.2 PRŮBĚH SBĚRU INFORMACÍ	15
2 ANALÝZA ČESKÉHO PROSTŘEDÍ.....	17
2.1 VÝVOJ ČESKÝCH SOUKROMÝCH GALERIÍ OD ROKU 1989 PO SOUČASNOST	18
2.2 PROSTŘEDÍ SOUKROMÝCH GALERIÍ V ČESKÉ REPUBLICE.....	22
2.2.1 Ekonomické faktory České republiky	23
2.2.2 Pohled na role privátních galerií v českém prostředí	26
2.2.3 Tržní prostředí České republiky	27
2.3 TYPOLOGIE SOUKROMÝCH GALERIÍ V ČESKÉ REPUBLICE	30
2.4 ZPŮSOB VYSTAVOVÁNÍ A FORMA UMĚNÍ V ČESKÉ REPUBLICE	32
2.5 TRH SE SOUČASNÝM UMĚNÍM A ČESKÁ SOUČASNÁ SCÉNA	33
2.6 ZÁKLADNÍ CHARAKTERISTIKA ČESKÝCH SBĚRATELŮ A PUBLIKA	35
2.7 SHRNUÍ ČESKÉHO PROSTŘEDÍ	38
3 ANALÝZA PROSTŘEDÍ VELKÉ BRITÁNIE.....	41
3.1 SOUKROMÉ GALERIE VE VELKÉ BRITÁNII OD 90. LET PO SOUČASNOST	41
3.2 PROSTŘEDÍ SOUKROMÝCH GALERIÍ VE VELKÉ BRITÁNII	45
3.2.1 Ekonomické faktory Velké Británie.....	45
3.2.2 Pohled na role soukromých galerií v prostředí Velké Británie	47
3.2.3 Tržní prostředí Velké Británie	48
3.3 TYPOLOGIE SOUKROMÝCH GALERIÍ VE VELKÉ BRITÁNII.....	51
3.4 ZPŮSOB VYSTAVOVÁNÍ A FORMA UMĚNÍ VE VELKÉ BRITÁNII.....	55
3.5 TRH SE SOUČASNÝM UMĚNÍM A LONDÝNSKÁ SOUČASNÁ SCÉNA	57
3.6 ZÁKLADNÍ CHARAKTERISTIKA LONDÝNSKÝCH SBĚRATELŮ	62
3.7 KOMPARACE PROSTŘEDÍ ČESKÉ REPUBLIKY S VELKOU BRITÁNIÍ.....	63
4 KOMPARACE VYBRANÝCH SOUKROMÝCH GALERIÍ.....	67
4.1 KOMERČNÍ GALERIE A KOMERČNÍ GALERIE TYPU „LUXURY AND CONTEMPORARY ART“	68
4.1.1 DSC Gallery	69
4.1.2 Eden Gallery.....	71
4.2 KOMERČNÍ GALERIE S PROGRESIVNÍM SMĚŘOVÁNÍM A NEZÁVISLÉ KOMERČNÍ GALERIE.....	73
4.2.1 Hunt Kastner	74
4.2.2 Stephan Friedman Gallery.....	76
4.3 KOMERČNĚ ALTERNATIVNÍ GALERIE	79

4.3.1	Trafo Gallery	79
4.3.2	Matt's Gallery.....	81
4.4	KOMPARACE TYPŮ GALERIÍ Z ČESKÉ REPUBLIKY A VELKÉ BRITÁNIE	84
4.5	ROZDÍLY V PŘÍSTUPECH GALERIÍ Z ČESKÉ REPUBLIKY A VELKÉ BRITÁNIE	86
5	POHLED ODBORNÍKŮ NA PROBLEMATIKU TRHU S UMĚNÍM.....	87
5.1	DOPORUČENÍ ODBORNÍKA NA ČESKÝ TRH.....	87
5.2	DOPORUČENÍ SBĚRATELE	87
5.3	VYHODNOCENÍ ZÍSKANÝCH DAT Z ROZHOVORŮ	88
6	ZÁVĚREČNÁ KOMPARACE A DOPORUČENÍ.....	91
6.1	PŘÍMÉ DOPORUČENÍ.....	93
6.2	NEPŘÍMÉ DOPORUČENÍ	95
	ZÁVĚR.....	99
	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY	101
	SEZNAM OBRÁZKŮ	111
	SEZNAM TABULEK.....	112
	SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK	113
	SEZNAM PŘÍLOH.....	114

ÚVOD

Český trh s uměním je charakteristický pro svou konzervativnost. To se projevuje ve všech klíčových oblastech. Konvenční je také sběratelské chování se zvyšujícím se nedostatkem zájmu veřejnosti o návštěvy galerií a o současné umění. Tento problém je podpořen nedostatečnou rolí státních institucí, především Národní galerie v Praze, která, ačkoli má významný kulturní vliv, nenaplnuje roli v propagaci současného umění. Slabá podpora státu, která je součástí širšího problému, vede k omezeným možnostem pro kulturní projekty a neziskové organizace. Média, která by měla plnit roli informátora a edukátora veřejnosti, jsou v této oblasti široce zastoupená, avšak nevěnují kultuře dostatečný prostor.

V tom celém mechanismu se nachází také soukromé galerie, jejichž práce je velmi zodpovědná a vzhledem k vysokým nákladům vztahujícím se k provozu také velmi náročná. Prostředí předních soukromých galerií je v České republice uzavřený systém několika subjektů. České prostředí postrádá síť galerií a její vznik je omezen svým zaměřením na lokální trh. Galerie se těžko specializují na určitý segment současného umění a některé z nich působí vůči veřejnosti uzavřeně. Zároveň, jak ukazuje nedávný průzkum iDnes¹, investice Čechů do kultury jsou stále nízké, což odráží i nízký zájem o současné umění. Přední české galerie disponují silnými prostředky, jako je dosah k veřejnosti, vztahy se sběrateli, prostředky k prosazování současného umění a v neposlední řadě silný networking. V tomto kontextu je relevantní zkoumat, zda soukromé galerie mohou posílit trh s uměním a zda jejich role přesahují komerční zájmy a mohou zahrnovat i vzdělávání a angažovanost společnosti.

Pro srovnání s českým trhem byl vybrán Londýn, který představuje globální trh s uměním, známý pro svou silnou kulturní infrastrukturu, špičkové galerie a dlouhou existenci trhu s uměním. Londýn je centrem významných uměleckých jmen a také producentem provokativního, šokujícího umění, což z něj činí ideální prostředí pro studium a aplikaci přístupů soukromých galerií, které mohou posílit český trh se současným uměním.

Na začátku práce je položena otázka, zda mohou soukromé přední galerie posílit trh se současným uměním v České republice a zda je jednou z jejich rolí společenský přesah. Současně je důležité ověřit a najít odpovědi pro teze, zda je český trh s uměním stále konzervativní, zda je v něm současné umění dostatečně zastoupeno a zda jej mohou vzdělávací aktivity či zlepšení informovanosti veřejnosti dlouhodobě posílit. Inspiraci pro

¹ IDNES, *Češi stále více šetří na kultuře*, [2024].

zlepšení trhu lze čerpat z londýnského prostředí, kde existují soukromé galerie, které díky svým prostředkům a zkušenostem mohou přinést rychlejší efekt než zavádění změn a podpora ze strany státu. Cílem této práce je identifikovat konkrétní přístupy, které by mohly zlepšit český trh se současným uměním, a zároveň přinést dlouhodobý prospěch samotným soukromým galeriím.

1 METODOLOGIE

Diplomová práce má teoretickou povahu. Hlavní metodologický rámec je postaven na komparativní analýze prostředí v České republice a ve Velké Británii a přístupu vybraných předních soukromých galerií současného umění v obou zemích. Zjištěné poznatky jsou doplněny o kvalitativní názory a zkušenosti získané prostřednictvím polo-strukturovaných rozhovorů s vybranými odborníky z oblasti umění.

1.1 Použitá literatura

Základní teorie týkající se prostředí trhu současného umění v obou zemích vychází především z knižních publikací. Vzhledem k nedostatku novějších zdrojů zaměřených na téma soukromých galerií se velká část práce opírá o internetové zdroje, přičemž v anglické literatuře je k dispozici řada studií publikovaných online. Vzhledem k tomu, že práce také komparuje veřejné prostředí a způsoby, jakými se galerie v tomto prostředí pohybují, bylo nutné zahrnout velké množství článků a podcastů. Tento přístup zajišťuje nejen aktuálnost informací, ale i jejich relevanci. Kvalitativní rovnováhu práce pak doplňují údaje získané prostřednictvím rozhovorů s odborníky na trh s uměním.

1.2 Průběh sběru informací

Původním záměrem této práce bylo analyzovat strategie vybraných předních soukromých galerií působících na londýnském trhu se současným uměním a identifikovat model, který by bylo možné adaptovat pro prostředí českých galerií s cílem zvýšit jejich efektivitu a společenský dopad. Jedním z cílů bylo získat prostřednictvím rozhovorů neveřejné informace o fungování těchto institucí a podrobněji zmapovat jejich provozní a prodejní praxi. Vzhledem k uzavřenosti tohoto segmentu trhu a omezeným možnostem galerií sdílet podrobné interní informace však nebylo možné tento přístup plně realizovat. Na základě této zkušenosti se práce zaměřila na otázku, jak mohou soukromé galerie přispět k rozvoji českého trhu, který, jak výzkum ukázal, vykazuje konzervativní přístup, omezenou otevřenost vůči současným formám uměleckého vyjádření, nízkou institucionální podporu a nízký zájem publika o současné umění. Pozornost je věnována také přístupům galerií, jejich hlavním cílům a prezentaci v online prostoru, jimiž oslovují širokou veřejnost. Důraz je kladen na potenciál galerií, zejména díky kontaktům, obchodním partnerstvím, sběratelské základně a flexibilitě v organizaci. Výstupem práce jsou doporučení, jak mohou galerie efektivně využít své možnosti. Tyto přístupy mohou přinést pozitivní impuls pro českou

scénu současného umění, a to nejen z hlediska ekonomického oživení, ale i posílení veřejného zájmu a celkové edukace publika. V dlouhodobém horizontu mohou galeriím přinést vyšší prosperitu, přičemž podpora soukromého sektoru může být v některých aspektech rychlejší a flexibilnější než změny vycházející ze státní politiky.

2 ANALÝZA ČESKÉHO PROSTŘEDÍ

První kapitola se zaměřuje na prostředí soukromých galerií v České republice. Český trh s uměním se odlišuje od trhů západní Evropy a dalších vyspělých zemí především svou krátkou historií. Zatímco v některých zemích se zkušenosti s fungováním soukromých galerií budovaly po mnoho let,² v České republice se tento proces odehrál v průběhu posledních tří dekad.³ Trh je charakterizován konzervativním nákupním chováním sběratelů a omezeným počtem dlouhodobě úspěšných galerií. Galeristé se však stále snaží posouvat hranice tohoto trhu a navazovat kontakty se zahraničními institucemi. Tato kapitola se zaměřuje na základy a prostředky, které formují český trh s uměním.

Úvodní část se věnuje vývoji soukromých galerií na území České republiky od roku 1989 s důrazem na změnu prostředí související s proměnou politického a ekonomického systému v důsledku pádu komunismu. Dále kapitola nabízí podrobný vhled do externího makroekonomického prostředí soukromých galerií v České republice. Opírá se o ekonomické ukazatele a statistické údaje, které pomohou specifikovat ekonomické předpoklady a charakteristiku prostředí soukromých galerií v zemi. Na základě zjištěných údajů je sestavena typologie soukromých galerií a jejich role v kontextu české umělecké scény. V další části se kapitola zaměří na samotný trh s uměním, jeho tendence a úskalí, a dále popíše scénu současného umění v České republice. Představeni jsou nejvýznamnější současní umělci a umělkyně na základě žebříčků hodnotících českou scénu. Na významné české umělce a umělkyně naváže část, která popisuje aktuální způsoby vystavování, trendy a využití nových technologií. Závěrečná část se věnuje českému publiku a sběratelům a rozebere jej z pohledu demografického složení, zájmu o současné umění, nákupního chování a rozhodování. Tyto informace slouží také k pochopení charakteristiky českého trhu s uměním.

Cílem první kapitoly je vytvořit obraz prostředí soukromých galerií, který slouží k pochopení a následné komparaci s londýnským trhem a galeriemi obou zemí. Na základě komparace je identifikována best practice, která by mohla být aplikována na české prostředí.

² MEČOVSKÝ, *Počátky soukromých galerií*, [2015].

³ Soukromé galerie po roce 1948 v našem prostředí neexistovaly. Předchůdce soukromých galerií však najdeme na konci 19. století. Jednou z prvních soukromých galerií byla Galerie Ruch, kterou provozoval nakladatel a vydavatel Alois Wiesner na pražském Senovážném náměstí v letech 1886 až 1889.

2.1 Vývoj českých soukromých galerií od roku 1989 po současnost

Na českém území do roku 1989 neexistoval umělecký trh v klasickém slova smyslu. Pouze kontrolované umění smělo být vystaveno ve státem vyvlastněných výstavních prostorech kontrolovaných státní bezpečností. Pražské umělecké spolky byly sjednoceny do Ústředního svazu československých výtvarných umělců, který se stal významným činitelem v liberalizaci umělecké scény před srpnovou okupací roku 1968.⁴ Během 50. a 60. let se začala na území České republiky formovat síť galerií, která byla rozdělena do třístupňového systému institucí řízených státem, a to na státní, krajské a městské úrovni.⁵ V době normalizace se pro umělce stala zásadní výstavní činnost v bytech a ateliérech, na individuálních akcích, ve venkovních prostorách, v divadlech, restauracích apod. Vznikaly také nové formy ve výstavnictví, kupříkladu sympózia. Omezené možnosti dále vedly ke vzniku nových formátů, jako například Land Art site specific umění.⁶ Umění, které stálo v opozici k oficiální kultuře socialismu, bylo označováno jako zakázané. Objevovaly se i případy, kdy bylo neoficiální umění povoleno prezentovat na uměleckých akcích, avšak tyto výstavy byly často po zahájení nařízením zrušeny. Jednou z významných akcí se stalo sympozium Chmelnice v Mutějovicích roku 1983,⁷ které mělo díky záštitě veřejné instituce oficiální povolení, přesto však bylo po několika dnech zrušeno. Výtvarné sympozium Malechov 80, iniciováno v roce 1980 Čestmírem Suškou, otevřelo první diskusi o site specific umění. Neoficiální umění se nacházelo v tzv. šedé zóně, které se stalo z dnešního hlediska pro danou dobu nejzajímavějším. Ať už byli umělci nuceni tvořit v izolaci svých bytů nebo ateliérů, bez konfrontace tvorby s jinými umělci, což mohlo mít dlouhodobý dopad na vývoj současné české scény po jejím otevření, umožnily právě tyto venkovní akce jako jediné vytvářet umělecké komunity.⁸ Dokonce Setkání na tenisových dvorcích TJ Sparta mělo policejní dohru, ale i přesto zažilo velký úspěch v realizaci alternativní scény.⁹

Pád režimu a s ním nastupující politické a ekonomické změny otevřely po roce 1989 svobodný trh s uměním a umožnily tak vznik konkurenčního prostředí mezi soukromými galeriemi a také mezi samotnými umělci. V porovnání se západními zeměmi Evropy, jejichž historie není poznamenána totalitním režimem, je existence českých soukromých galerií

⁴ Po čistkách, provedených po roce 1968 byl Ústřední svaz ČSR výtvarných umělců zrušen a nahrazen Svazem ČSR výtvarných umělců. Nový svaz zanikl až pádem komunistického režimu.

⁵ SLOUPOVÁ, *Galerie umění a akviziční politika v době normalizace*, [2016], str. 28-29.

⁶ DUŠKOVÁ et al., *Výstava jako médium*, str. 80-83.

⁷ Tamtéž, str. 78.

⁸ Tamtéž, str. 82.

⁹ Tamtéž, str. 84.

velice krátká. Galerista Babíček¹⁰ rozlišuje tři momenty, které formují 90. léta a vznik galerií. První moment nastal, když všechny generace výtvarníků měly přirozenou potřebu vystavovat a být vidět. Vzniklá potřeba se prezentovat narazila na druhý moment, a to na nefunkční instituce a obchodní infrastrukturu. Podle Lucie Drdové¹¹ se to projevilo u prvních galerií vzniklých v 90. letech například v nejasně specifikovaných programech. Hlavním cílem nově vznikajících privátních galerií nebylo zastupování umělců, ale prodej umění různého druhu. Galerie tak často postrádaly dané zaměření. Drdová jej nazývá „diletantským přístupem“, který vznikl v souvislosti s neznalostí a má dopad na prostředí soukromých galerií dodnes.¹² Galerie navíc neměly výhodnou pozici v tom, že publikum komerci umění dosud neznalo a nebylo jí také sympatické. Současně dosud nebyl dostatečně vyvinutý systém grantů, galerie tedy byly odkázány na zdroj financí pouze z prodejů, aby si vydělaly na svůj provoz.¹³ Podle názoru autorky práce byla naprosto zásadní absence informací o trhu s uměním, jeho vývoji, trendech a preferencích publika. Zákaz jakýchkoliv soukromých iniciativ způsobil budování prostředí od tvrdých základů, bez vzorů či případových studií pro daný trh.

Jednou z prvních profesionálních organizací byla MXM, založena již v roce 1991. Její vizí bylo najít pro inovativní umělecké tendence kupce i publikum.¹⁴ Galerie MXM uspořádala během svého působení na více než 110 výstav umělců na domácí scéně, kde také představila kolem dvacítky špičkových zahraničních umělců. V zahraničí dokonce zorganizovala desítky výstav v uměleckých metropolích umění jako Berlín, New York, Londýn, Paříž a Moskva.¹⁵ Pod galeristou Janem Černým fungovala galerie celých deset let a k jejímu zániku přispěla mimo jiné povodeň na Kampě v roce 2002, kde se nacházel depozitář. Galerie spolupracovala s umělci jako jsou Jan Merta, Jiří Kovanda, Petr Písařík nebo s osobnostmi starší generace jako Karel Malich či Stanislav Kolíbal. Galerie vystavovala jména již renomovaných umělců například ze skupiny Tvrdohlavých, nebo oproti tomu práce méně etablovaných studentů. Schopnost identifikovat aktuální tendence umění byla umožněna také díky kurátorům a teoretikům Jiřímu a Janě Ševčíkovým ve spolupráci s mladšími kolegy Martinem Dostálem a Markem Pokorným.¹⁶ V roce 1995 si

¹⁰ ČESKÁ TELEVIZE, *Přelomová 90. léta a současnost*, [2015].

¹¹ DRDOVÁ, *Strategie galerijní prezentace a budování uměleckého jména*, [2017], str. 11.

¹² Tamtéž, str. 11.

¹³ LAPEŠOVÁ, *Fenomén Behémót*, [2024], str. 30.

¹⁴ ZMĚLÍKOVÁ, *Soukromé galerie současného umění a jejich výstavní program*, [2013], str. 13.

¹⁵ TŘEŠTÍK, *Muzea a galerie v Praze*, 2000, str. 215.

¹⁶ PTÁČEK, *Malá záhada: galerie MXM, zazděný poklad a kry paměti*, [2018].

dokonce galerie MXM založila vlastní časopis *Detail*, který byl jednou z prvních platforem vzniklých pro diskuse o soudobém umění. V roce 1997 začal vycházet taktéž významný časopis *Umělec*, který veřejnosti reflektoval umění.¹⁷

Vedle názorově radikální galerie MXM vznikala další úspěšná pražská galerie Behémót. Za zrodem galerie stál galerista a sběratel Karel Babíček, který galerii založil v roce 1991 a postavil ji na svých zkušenostech, konkrétně na tzv. newyorském modelu soukromé galerie. Inspirací mu byla právě návštěva New Yorku v roce 1993. I přesto, že činnost galerie byla postavena na nekomerční výstavní činnosti, jejím hlavním cílem byl prodej. Cílem galerie bylo prezentovat přední české umělce. Ve srovnání s galerií MXM vytvářel Babíček mezigenerační diskusi širokého portfolia umělců od mladší generace absolventů z 80. let (Vladimír Merta, Vladimír Kokolia) a 90. let (Jiří Příhoda, Veronika Bromová) a pak starší generace, tvořící již za komunistické éry (Karel Nepraš, Adriena Šimotová). Výstavy doplňovaly také přednášky, autorská čtení, organizované poznávací výlety pro umělce či výjezdy za účelem praxe. Vedlejší činností bylo hudební vydavatelství Rachot, které provozovala také sama galerie. Podobně jako galerie MXM se prezentovala na uměleckých veletrzích v Čechách i v zahraničí. Specifikem galerijního provozu bylo, že jeho činnost zaštiťovali pouze dva lidé – kromě samotného majitele to byla také Vlasta Čiháková-Noshiro, kurátorka a historička umění. Galerii postihla v roce 1998 ekonomická krize, kterou sice několikrát ustála, avšak svůj provoz omezila na občasnou výstavní činnost a poté byla v roce 2003 trvale uzavřena.¹⁸

Třetí pražská galerie, která vznikla v roce 1991, byla Galerie Via Art.¹⁹ Jako jediná z prvních soukromých galerií svůj provoz neukončila a funguje až dodnes. Dokonce v roce 2025 byla znovu otevřena po kompletní rekonstrukci.²⁰ Galerie se vždy zaměřovala na současné umění střední a mladší generace umělců s přesahem do zahraničí, kdy pořádala výměnné zahraniční projekty. Umělce však přímo nezastupovala, její koncept byl založený na prodejních výstavách.²¹ Dlouhá existence Galerie Via Art je tedy výsledkem stabilního vedení jejími zakladateli Freislebenovými, otevřenosti novým uměleckým tendencím, mezinárodní spolupráce, diverzifikace činností a schopnosti adaptace na měnící se podmínky.

¹⁷ DUŠKOVÁ et al., *Výstava jako médium*, str. 113.

¹⁸ LAPEŠOVÁ, *Fenomén Behémót*, [2024], str. 31-32.

¹⁹ ŠEBOROVÁ et al., *Místa počínů: Historie výstavních prostorů u nás od 19. st po současnost*, 2017, str. 76.

²⁰ GALERIE VIA ART, *ArtMap*, [2025].

²¹ LAPEŠOVÁ, *Fenomén Behémót*, [2024], str. 31-32.

Po éře prvních soukromých galerií, které z nedostatku zkušeností většinou neustály svůj provoz, přichází éra dvou úspěšných galerií, které vytrvaly až do dnes. První z nich je Galerie Jiří Švestka (dnes známá pod názvem Jiri Svestka Gallery). Tato galerie se od svého vzniku zaměřuje na propagaci současného umění nejen v České republice, ale i v širším kontextu Střední Evropy. Galerie se soustředí na mladší generace umělců a na trendy v současném umění. Dokonce se jí podařilo otevřít pobočku v Berlíně, která fungovala do roku 2017. Jiří Švestka se také pravidelně účastní prestižních mezinárodních veletrhů, což ukazuje na jeho orientaci na mezinárodní scénu a schopnost reagovat na aktuální změny na trhu se současným uměním. Druhou organizací, která vytrvala, je Galerie Zdeněk Sklenář. Galerie, která působí nejen v Praze, ale i v Litomyšli, se zaměřuje na podporu české výtvarné tradice. Kromě prodeje a prezentace umění se věnuje také nakladatelství uměleckých knih, architektuře a realizaci děl ve veřejném prostoru. Zdeněk Sklenář se svou galerií úspěšně chrání autorská práva umělců²² a věnuje se sbírkotvorné činnosti, stejně jako vzdělávání veřejnosti o umění. Dalším rozměrem jeho činnosti je angažovanost v asijských zemích, kde se jeho galerie prosadily a etablovaly i v mezinárodním kontextu. Obě galerie mají nejen společnou dlouhou existenci na trhu, ale také podobné zaměření na sekundární trh, který se v polovině 90. let začal pozvolna probouzet. Galerie Jiří Švestka se soustředí na mladší generace umělců a stále reaguje na aktuální trendy, zatímco Galerie Zdeněk Sklenář se profiluje jako zachovatel české výtvarné tradice.

Po roce 2000 nastává boom, kdy na pražský trh vstupují silné galerie, které si svou pozici rovněž udržely až dodnes. Výjimkou je uskupení SVIT založené v roce 2003, které jako jediné ze zmíněných pozastavilo svou činnost až v letošním roce. Další významné uskupení, které vzniklo v první dekádě 21. století, je Trafačka založená v roce 2006 umělci Janem Kalábem, Jakubem Špaňhelem, Michalem Cimalou a produkční Blankou Čermákovou, která se později transformovala na Trafo Gallery. Galerie zastupuje významná česká a zahraniční jména střední a mladší generace a vyznačuje se svou rozmanitostí v různých typech vystavovaných médií, jako je mimo jiné i video art.²³ V tomtéž roce byla založena kurátorsky silná galerie Hunt Kastner. Následuje založení dynamické galerie The Chemistry Gallery v roce 2008, která se zaměřuje na podporu mladých talentů v procesu jejich etablování a prodeji děl.²⁴

²² ZDENĚK SKLENÁŘ, *Zdeněk Sklenář*, [2025].

²³ TRAF0 GALLERY, *O nás*, [2025].

²⁴ THE CHEMISTRY GALLERY, *Kontakt*, [2025].

Z další dekády je potřeba zmínit založení galerie Cermak Eisenkraft Gallery v roce 2014, která disponuje širokým portfoliem významných umělců. Mezi ně patří i významná zahraniční jména, a kromě současné scény nabízí také poválečné umění. Za cíl si klade kultivovat trh s uměním. Se svou nadací se snaží podporovat také tvorbu umělců.²⁵ Příběh další přední galerie se začal psát v roce 2012, a sice Kvalitáře, který si klade za cíl prezentovat publiku přední české i zahraniční současné umění, dále pak vývoj, výzkum, vzdělání a propagaci kultury. Kvalitář rozšiřuje svůj zájem o spojení fine art a art designu.²⁶ Ve stejném roce došlo k založení Polansky Gallery a Lucie Drdova Gallery.²⁷ Dvojici galerií spojuje zaměření na progresivní současné umění, reprezentaci mladých i etablovaných umělců a aktivní účast na mezinárodní scéně.

Nejmladší, rychle rostoucí galerií současného umění je KodlContemporary založena teprve v roce 2020. Galerie se snaží doslova posunout hranice současného českého umění a prezentovat jej v kontextu zahraničního umění. Jako jediná současná galerie ve spolupráci s Galerií Kodl nabízí současné umělce v dlouhodobě nejúspěšnějších aukcích, což je v České republice naprostou raritou ve srovnání se zahraničím, kde se na aukcích objevuje současné umění ve vyšší míře. V českém prostředí je možné nalézt několik dalších předních galerií zaměřujících se na současné umění. Tento výběr byl zvolen z důvodu následné komparace českých galerií s londýnskými. Okruh je proto zaměřen na Prahu a na přední galerie s dlouhodobým fungováním nebo se zásadním vlivem na český trh s uměním.

2.2 Prostředí soukromých galerií v České republice

Tato kapitola se zaměřuje na analýzu prostředí soukromých galerií v České republice s cílem osvětlit klíčové ekonomické a institucionální faktory, které ovlivňují jejich fungování. První část se soustředí na ekonomické ukazatele. Dále se pozornost věnuje rolím, které soukromé galerie v českém uměleckém trhu hrají a jejich vztahu k širšímu kulturnímu prostředí. Třetí část se zaměřuje na netržní faktory včetně médií, nezávislých organizací, asociací a veletrhů, které dotvářejí prostředí mimo čistě komerční sféru. Cílem této kapitoly je poskytnout komplexní přehled o faktorech, které formují trh s uměním a vytváří rámec, v němž se soukromé galerie pohybují.

²⁵ CERMAK EISENKRAFT, *About*, [2025].

²⁶ KVALITÁŘ, *About*, [2025].

²⁷ Galerie svůj provoz během COVID-19 ukončila a poté obnovila v omezeném režimu fungování na Smíchově.

2.2.1 Ekonomické faktory České republiky

Veřejné výdaje na kulturu tvořily v roce 2022 pouze 0,7 % HDP, což představovalo 3,273 miliard korun. Z toho více než polovinu představují výdaje soukromých subjektů, dále 18 % domácnosti a 15 % stát.²⁸ Z obecného hlediska lze říct, že celkové výdaje na kulturu se postupně mírně zvyšují. V roce 2023 byl schválen dosud největší rozpočet na kulturu ve výši 18,5 miliard korun jako potřebná injekce kultury po pandemii covidu-19. Z toho byla podpořena konkrétní oblast výtvarného umění částkou 87,5 milionu korun, jednalo se o podporu různých projektů a galerií. Významnější podpory se dostalo profesionálním přehlídkám umění ve výši téměř 200 milionů korun.²⁹ Podle Jana Skřivánka (osobní rozhovor, dne 22. 4. 2025) nevýhodou nastaveného systému je, že podpora se nedostane napřímo k umělcům, ale pouze přes organizace.³⁰

O kondici současného umění vypovídá také postoj státu. Teprve od roku 2017 existují české akviziční fondy pro nákup umění. V grafu níže jsou uvedeny schválené částky na nákup umění za sledované období 2017 až 2022. Za roční částku jsou nakupována díla z různých období za posledních padesát let, reálná částka na rozšíření sbírek o současné umění bude však výrazně nižší. Ačkoli finanční prostředky mírně rostou, jsou dlouhodobě nedostatečné. V roce 2022 byly finanční prostředky dokonce pozastaveny a v roce 2023 a 2024 opět spuštěny pouze s omezenými prostředky z důvodu šetření. To vypovídá o tom, že podpora současného umění je ze strany státu nestabilní, což komplikuje reflektování aktuálního umělecké dění.³¹ Ve srovnání s aukčním trhem a možnostmi sběratelů jsou podmínky veřejných institucí podhodnoceny. Umělci pak vychází sbírkotvorným institucím vstříc a poskytují díla se slevou nebo dokonce zadarmo. Sbírký se snaží obohacovat také sběratelé filantropové prostřednictvím darů ze svých sbírek.³² Je potřeba zdůraznit, že v reakci na tuto problematiku nejistoty podpory ze strany státu byla původní výše akvizice pro rok 2025 trojnásobně zvýšena. Tedy program se projevil jako více než žádoucí. Potvrdil se jeho vliv na konkurenceschopnost organizací na trhu s uměním v České republice a v mezinárodním kontextu. Stát tak úspěšně reagoval komplexní reformou programu.³³

²⁸ Poslední údaj o podílu KKP na HDP pochází z roku 2018 a činí 1,47 %.

²⁹ MINISTERSTVO KULTURY, *Výroční zpráva ministerstva kultury*, [2023].

³⁰ SKŘIVÁNEK, *Osobní rozhovor*, 22. 04. 2025.

³¹ REMEŠOVÁ, *Nakupujeme umění, ale málo*, [2023].

³² DRDOVÁ et al, *Sbírat umění: dílčí aspekty sběratelství a trhu se současným uměním v ČR*, [2017], str. 33.

³³ MINISTERSTVO KULTURY, *Reforma dotačního programu Akviziční fond*, [2025].



Obrázek 1 Akviziční fond Ministerstva kultury ČR v letech 2017–2022 ³⁴

Při pohledu na domácnosti, i přesto, že Češi považují kulturu za důležitou, průměrné měsíční výdaje před pandemií covidu-19 činily něco málo přes 200 Kč. Po pandemii v roce 2023 na kulturu vynaložili jednou tolik, a to 442 Kč. V následujícím roce byl opět zaznamenán pokles na 323 Kč.³⁵ Lze krátkodobě sledovat návrat k tendencím před pandemií. Na chování Čechů však mohla mít vliv rychle rostoucí inflace, která dosáhla třetího nejvyšší bodu od založení České republiky, prudké zdražení energií, bydlení a pohonných hmot.³⁶ Nejčastěji Češi vynakládají peníze na knihy, koncerty a kulturní památky.

Ekonomické podmínky neovlivňují pouze domácnosti, ale také samotné galerie. V roce 2023 bylo na území České republiky evidováno celkem 225 galerií. Z toho 95 spadalo pod státní správu nebo školy. Neziskovými společnostmi bylo zřizováno 67 galerií. Podnikatelské subjekty provozovaly celkem 63 galerií. Nejzásadnější dopad měla pandemie covidu-19 právě na soukromě zřízené galerie. Přesto, že v období mezi lety 2019 a 2022 byly zakládány i nové galerie, z celkového počtu byl zaznamenán pokles o 12 soukromých galerií.

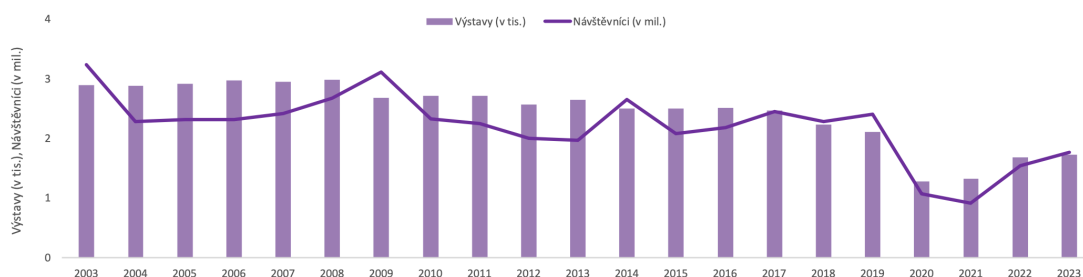
Těsně před vypuknutím pandemie covidu-19 byla sledována celková návštěvnost kulturních zařízení za rok 2019 ve výši 14,7 milionů, která pozvolna rostla od roku 2010. Po propadu návštěvnosti během pandemie návštěvnost přirozeně rostla a mírně rostoucí

³⁴ ČESKÁ TELEVIZE, *Ministerstvo kultury šetří, z akvizičního fondu galeriím na nákup umění letos nepřispěje*, [2022].

³⁵ IDNES, *Češi stále více šetří na kultuře*, [2024].

³⁶ IDNES.CZ, *Většina Čechů považuje kulturu za důležitou, přesto na ní šetří*, [2023].

tendence dosáhla v roce 2023 na 12,8 milionů návštěvníků.³⁷ Ohledně četnosti návštěv výzkum realizovaný agenturou ResOLUTION Group³⁸ ukázal, že pouze pětina respondentů se označuje za pravidelné návštěvníky a navštěvují muzea a galerie alespoň jednou za 2 až 3 měsíce. Vyšší aktivita byla zaznamenána u návštěvníků do 34 let u obyvatel Prahy a Středočeského kraje. Důvodem návštěvy u poloviny českých obyvatel bývá turistický zážitek. Třetina návštěvníků si jde pro znalosti a další třetina naplňuje svůj obecný zájem o danou oblast. Konkrétně muzea a galerie zaměřující se na výtvarné umění vyhledává třetina návštěvníků. Při konkrétním zaměření na soukromou sféru bylo zjištěno, že v roce 2023 navštívilo soukromé galerie přibližně 805 tisíc osob. Pro srovnání, ve stejném roce navštívilo státní galerie jen 507 tisíc osob. Nejvyšší návštěvnost za posledních pět let kopíruje trend obecných dat a byla zaznamenána také v roce 2019. Kromě roku 2023 byla vyšší návštěvnost také v roce 2022, kdy činila 740 tisíce návštěvníků. Po restrikcích se návštěvnost zatím nedostala na své dosavadní maximum. Zajímavým ukazatelem je, že během roku 2023 se v soukromých galeriích konalo celkem 1 730 výstav, kdy byly nejčastěji prezentovány malby (649 výstav), následovaly mezioborové expozice (334) a fotografie (288).³⁹



Obrázek 2 Vývoj počtu výstav a návštěvnosti v letech 2003–2023 v ČR⁴⁰

Celkový trend obecné výstavní činnosti a návštěvnosti zaznamenal propad v roce 2020 a pouze mírný nárůst do roku 2023, který ještě zdaleka nedosahuje číslům z počátku milénia. Po pandemii tedy můžeme zaznamenat menší aktivitu ze strany domácností především v návštěvnosti galerií, a tedy méně vynaložené výdaje do výtvarného umění. Oproti tomu aktivita sběratelů se naopak postupně obecně zvyšuje a vývoj aukčního trhu se ve

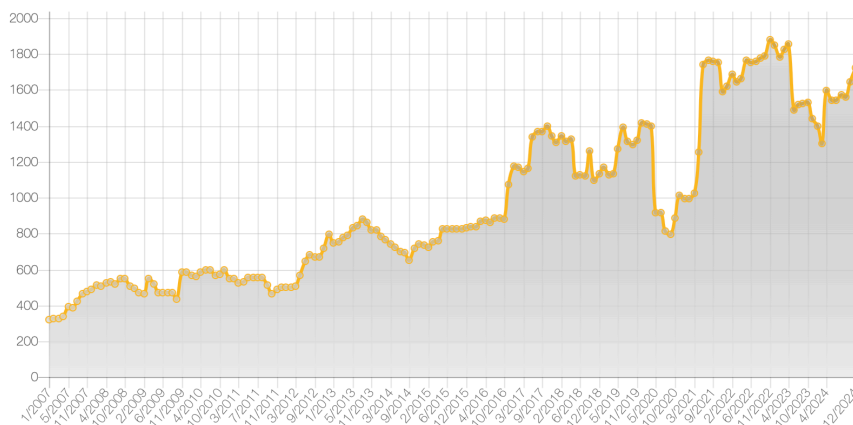
³⁷ ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD, *Divadla, muzea, památky*, [2024].

³⁸ RESSOLUTION GROUP, *Muzea navštěvuje pětina Čechů aspoň jednou za čtvrt roku, z témat nejvíce láká historie, kulturní bohatství ČR a příroda*, [2024].

³⁹ NIPOS, *Muzea a galerie*, [2024].

⁴⁰ NIPOS. *Muzea a galerie*, [2024].

sledovaném období nacházel na svém vrcholu. Na následujícím grafu můžeme vidět vývoj za sedmnáct let (časová osa x) hodnocený pomocí Indexu Art+ (osa y), který je vypočítán na základě obratu, výše cenových nárůstů a hodnoty neprodaných položek. Převádí tak na jediný údaj několik kategorií, které slouží k přesnějšímu popisu aukčního trhu s uměním.



Obrázek 3 Vývoj trhu umění v letech 2007–2024 v ČR⁴¹

2.2.2 Pohled na role privátních galerií v českém prostředí

Při hledání základní otázky, jaká je definice privátní galerie bylo zjištěno, že se vlastně jedná o „hybridní formu“. Na jednu stranu se jedná o soukromý subjekt, kdy jeho primárním cílem je zisk z prodeje uměleckých děl, ale na druhé straně se jedná o organizaci, která pracuje také s kulturním dědictvím. Je jasné stanoveno, co je to muzeum a galerie ve smyslu sbírkotvorných institucí, ale u soukromých galeriích to úplně jasné není. Může být, nebo dokonce měl by být, jeden z jejich cílů společenský? Měla by do svých cílů zahrnout i cíle strategie státní kulturní politiky? Podle Skřivánka je hlavním cílem soukromých galerií následující: *„Soukromé komerční galerie stojí na začátku procesu etablování umělce na domácí a zahraniční scéně. Jejich primárním posláním je hledání nových mladých talentů na poli současného umění (contemporary, respektive emerging art) a na základě mnohaleté spolupráce se snaží o jejich úspěšné zasazení do kontextu na domácí a mezinárodní scéně. Role takovéto profesionální galerie je klíčovou startovací pozicí pro další vývoj umělecké tvorby v kulturním provozu.“*⁴²

⁴¹ ART+. Analýza aukčního domu, [2024].

⁴² SKŘIVÁNEK, Podpora trhu se současným výtvarným uměním, [2010], str. 34.

Zcela jiným druhem soukromých galerií jsou ty, které jsou z části soukromé a z části neziskové, avšak jejich primárním cílem není zisk z prodeje umění. V českém prostředí najdeme jako příklad Centrum současného umění DOX. Cíle multifunkčního prostoru jsou právě zaměřené na kulturu a společnost. U soukromých galerií je tedy potřeba také rozlišovat, zda je prodej jejich hlavním cílem. Podle názoru autorky práce by měla galerie přihlížet i na obecně stanovené cíle kulturní politiky a zapracovat je do své strategie, protože balancují mezi komerčními a kulturními cíli společnosti. Stanovuje trendy a směr současné scény, její úkol je nelehký a stává se velmi zodpovědnou společensko-kulturní činností. Tato dualita by měla galerie vést nejen k dosažení komerčních cílů, ale také ke zpřístupnění umění širší veřejnosti a podpoře kulturního povědomí. Konkrétní cíle si už stanoví každý subjekt samostatně, jelikož se liší podle úzké profilace.

2.2.3 Tržní prostřední České republiky

Trh s uměním v České republice není stále dostatečně zmapován. Výsledky z trhu s uměním vychází pouze z aukcí a veřejně je zpracovávají tři subjekty, J&T Banka, Art+ a Livebid. Ceny děl konkrétních umělců zůstávají často neveřejné a prodeje soukromých galerií nejsou mapovány. Z toho důvodu je potřeba na výsledky z aukcí nahlížet spíše orientačně, neboť o reálném ději na trhu s uměním nevypovídají. Trh je navíc specifický tím, že se dělí na několik dílčích trhů.⁴³ Obecně lze o českém trhu říct, že je spíš konzervativní a stále panuje mezi sběrateli nedůvěra vůči současnému umění. Podle Lucie Drdové se trh nekryje se zahraničním trendem, kde je zájem o díla současných autorů vyrovnaný se zájmem o moderní umění. Důvodem je často nedostatečné porozumění a nepochopení hodnoty. Krátká existence soukromých galerií na trhu je dalším důvodem nedůvěry, přitom soukromé galerie mají právě za cíl pomocí nabídky a poptávky stanovit ceny na trhu a zajistit prostředníka mezi umělcem a nakupujícím a poskytnou též odborné služby. Výsledky aukcí, kde nedochází ke střetu ale k dosažení maxima ceny, kterou jsou dražitelé ochotni investovat, tak mohou být zavádějící a pro některé zájemce možná i odrazující.⁴⁴

J&T Banka přispívá českému trhu mimo sběru dat také tvorbou firemní sbírky, podobně jako třeba Kooperativa. Právě tady se protínají firemní aktivity s mecenášstvím. Tvorba firemních sbírek není zatím v České republice tak rozšířená jako v zahraničí, avšak můžeme najít několik příkladů. Firmy dále zakládají podporující nadace, nadační fondy a projekty.

⁴³ SKŘIVÁNEK, *Osobní rozhovor*, 22. 04. 2025.

⁴⁴ DRDOVÁ et al., *Sbírat umění: dílčí aspekty sběratelství a trhu se současným uměním v ČR*, [2017], str. 31-33.

Například PPF Art mimo vedení dvou galerií podporuje spoustu významných uměleckých projektů. Kromě soukromých subjektů umění podporují i známé nadace formou charitativních aukcí, kupříkladu Nadace Via, Cesta domů nebo Centrum Paraple. Dražená díla etablovaných umělců se tak dostávají do povědomí veřejnosti v pozitivním světle.

Nedílnou součástí trhu jsou soukromá muzea, která se výrazně podílejí na podpoře umění a na prezentaci současného umění rozměrných velikostí a jmen. Muzea jsou zakládána filantropy a sběrateli. Jejich prostředky umožňují pořádání výstav velkých rozměrů díky prostorovým možnostem. The Pudil Family Foundation stojí za zrodem Kunsthalle Praha. Nejen, že oslovuje širokou veřejnost, ale věnuje se také edukaci škol. Dalším centrem je Centrum současného umění DOX, které podporuje umělce inovativními projekty, výstavní činností v mezinárodním kontextu, věnuje se edukačním programům a do svého výstavního programu promítá multidisciplinární přístupy. I přesto, že se práce zaměřuje na Prahu, je potřeba zmínit na tak lokálním trhu i mimopražské významné projekty, které úspěšně šíří umění ve společnosti, a těmi jsou 8smička, Telegraph, PLATO a další. Mezi neziskové subjekty typu grantových programů a soukromých iniciativ podporujících současnou českou scénu jsou přední nezisková centra, například MeetFactory, Pragovka Gallery nebo Kampus Hybernská a další. Jejich existence je pro český trh nepostradatelná díky jejich nezávislosti.

Nedílnou součástí prostředí jsou média, a to jakým způsobem informují o umění. Mezi odborná česká média patří portály jako *Artalk*, *FlashArt*, *ArtRevue*, které se věnují hlubším analýzám a teoretickým diskusím o současném umění. K odborným médiím se řadí také online a tištěné magazíny typu *Art & Antiques*, *Sport in Art*, spojující sportovní a umělecké dění, *Český rozhlas Vltava*, *iHNED*, *Lidovky*, *Aktuálně*, *iDnes* a *Hospodářské noviny*. Kvalitním a pravidelným médiem jsou *Události v kultuře* vysílané každý den na ČT *Art*. Mainstreamová média pak představují umění širší veřejnosti, přičemž časopisy jako *Vogue*, *Dolce Vita*, *Harper's Bazaar*, *Forbes*, *Proč Ne?!* přinášejí spíš povrchní pohled na umění, často bez hlubší teoretické analýzy, ale s důrazem na jeho vizuální přitažlivost pro širší publikum. V médiích také chybí kritický pohled odborníků. Podle výzkumu Sárý Davidové není kvalita, pravidelnost a vyváženost stále dostatečná, a to ani u internetových zdrojů celostátních deníků. Obecně výběr témat současného umění bývá neodborný a často

souvisí se zájmem redaktorů.⁴⁵ Co se týče informování o mladých umělcích, nezávislých projektech a galeriích, je velmi nedostatečné.

V českém prostředí najdeme několik iniciativ a neziskových organizací, které se snaží podpořit současné umění a umělce. Nadace pro současné umění realizuje veřejné programy formou veřejných výzev. Luc Art Fund podporuje umělce pomocí grantů. Pod taktovkou Lucie Drdové vznikla také Aliance galerií současného umění, která hájí zájmy svých členů. Obě organizace stále fungují, avšak zdá se, že po pandemii covidu-19 ve svých činnostech již nejsou aktivní. Dále existuje subjekt Asociace soukromých galerií, ale jeho aktivity nejsou dostatečně zaznamenány. Významným subjektem zřízeným Ministerstvem kultury České republiky je Institut umění, jehož cílem je zefektivnit služby v kultuře. Dále je potřeba zmínit iniciativu Tranzit, která je součástí mezinárodní sítě tranzit.org. Profiluje se jako platforma, která propojuje umění, teorii a aktivismus, a vytváří prostor pro reflexi a kritiku současné společnosti prostřednictvím uměleckých a teoretických projektů. Pořádá v České republice bienále současného umění s názvem Bienále Ve věci umění / Matter of Art. Toto bienále bylo poprvé uspořádáno v roce 2020 a od té doby se koná pravidelně každé dva roky. Jeho cílem je vytvářet prostor pro umělecké a teoretické intervence, které se zaměřují na politické a institucionální aspekty současného umění.

České prostředí postrádá veletrh současného umění, i kdyby zaměřujícím se na lokální scénu. Ambiciózním projektem je však Prague Art Week, který v minulosti pořádal až 100 akcí a přednášek během jednoho týdne umění. Cílem tohoto festivalu je propojit klíčové instituce pražské umělecké scény a posílit umělecký ekosystém města. Co se týče ocenění umělců, Cena Jindřicha Chalupeckého je prestižním oceněním na domácí scéně. V posledních letech se však objevují diskuse o smyslu a efektivitě tohoto ocenění. Někteří kritici poukazují na to, že laureáti a finalisté Ceny Jindřicha Chalupeckého často nezískávají dlouhodobou viditelnost na české umělecké scéně. Dalším problémem je samotný formát ocenění. I když Cena Jindřicha Chalupeckého stále představuje významný milník v kariéře mladých umělců, její schopnost dlouhodobě ovlivnit jejich profesní dráhu a zviditelnit je na domácí scéně je předmětem diskusí a kritiky. Dalším prestižním oceněním je Cena kritiky za mladou malbu. Ocenění je zaměřené na podporu a propagaci mladých talentovaných malířů do třiceti let.

⁴⁵ DAVIDOVÁ et al., *Sbírat umění: dílčí aspekty sběratelství a trhu se současným uměním v ČR*, [2017], str. 56.

Online prodej výtvarného umění je v českém prostředí stále nedostatečně rozvinutý. V zahraničí se prodej částečně přesunul do online prostředí buď přímo na stránkách galerií nebo pomocí platforem, což na domácí scéně chybí. Důvodem je malý trh a osobní kontakt, který je ze strany nakupujících stále vyžadován.⁴⁶

2.3 Typologie soukromých galerií v České republice

V následujícím textu je na základě výčtu předních aktivně fungujících pražských galerií stanovena typologie. Rozdělení bylo sestaveno pro účely této práce a slouží k přehlednější orientaci v cílech a záměrech galerií, jejich aktivitách a prodejních modelech. Typologie pracuje pouze s galeriemi, jejichž hlavním cílem je prodej umění. Pro vysokou podobnost dílčích cílů je zohledněn také výstavní prostor, zaměření na umělce a typ médií. V následující kapitole bude stanovena typologie ve Velké Británii a na základě těchto rozdělení budou komparovány vždy dvojice galerií z obou oblastí, typologicky podobné.

Klasický model galerie s tradicí sběratelství

Jedná se o galerie s dlouholetou praxí, které zaujímají místo prestižní organizace. Cílem je prezentace a prodej renomovaných umělců z jasně definovaného portfolia a snaha o zachování tradice sběratelství. Pohybují se jak na primárním, tak sekundárním trhu, a kromě děl současných umělců spíše střední a starší generace nabízejí také poválečná díla. Setkáváme se zde i s dobročinnými aktivitami, ať už ve vlastních založených nadacích, nebo ve spolupráci s jinými organizacemi. Galerie tohoto typu též spolupracují s velkými společnostmi, s aukčními domy nebo dokonce organizují vlastní aukce.

- Galerie Zdeněk Sklenář
- Jiří Švestka Gallery
- Cermak Eisenkraft
- KodlContemporary (zařazeno kvůli návaznosti na tradici Galerie Kodl)

⁴⁶ DRDOVÁ et al., *Sbírat umění: dílčí aspekty sběratelství a trhu se současným uměním v ČR*, [2017], str. 31-33.

Komerční galerie

Obchodním modelem těchto galerií je zaměření výhradně na současné umění, převážně na české etablované umělce, ale také na zahraniční významná jména. Cílem je prezentovat české umění v kontextu se zahraničním a aktivně se účastnit na veletrzích. Současně se galerie snaží pravidelně představovat zahraniční umělce v České republice. Nejčastěji voleným médiem je tradiční malba a socha. Galerie používají kvalitně propracovanou marketingovou komunikaci a soustředí se také na spolupráci s různými firmami na umělecky zaměřených projektech. Snaží se edukovat české sběratele nejčastěji na téma investice do současného umění.

- DSC Gallery
- KodlContemporary

Komerční galerie s progresivním směřováním

Jedná se o kvalitní galerie s dlouhou existencí na trhu zastupující kromě etablovaných jmen také mladé umělce na začátku kariéry. Zaměřují se na konceptuální a interdisciplinární přístupy. Jejich činnost má silný přesah do zahraničí, kromě účasti na veletrzích pracují na dlouhodobých spolupracích a výstavách. Volba médií bývá rozmanitá, avšak ne zásadně experimentální.

- Hunt Kastner
- Lucie Drdova Gallery
- Polansky Gallery

Komerčně alternativní galerie

Jejich hlavním cílem není čistě prodej umění, ale především edukace veřejnosti a přinášení nových kurátorských přístupů a médií. Kromě výtvarného umění pracují s novými typy médií jako jsou nové technologie, videoart a performance. Spolupracují s jinými institucemi a ve větší míře s grantovými systémy. Důraz je kladen na nezávislost a autenticitu. Často podporují mladé umělce a jejich místo je mimo galerijní prostor též kulturní platformou, která kolem sebe buduje komunitu nejen umělců a sběratelů, ale také zájemců o umění.

- Kvalitář

- Trafo Gallery
- The Chemistry Gallery

2.4 Způsob vystavování a forma umění v České republice

Historické způsoby výstavnictví se stále otiskují až do dnešní prezentace umění. V galeriích současného umění obecně převládá redukce stylu této instalace na typ white cube.⁴⁷ Tento koncept je přítomen také v českých galeriích. Výhodou takového typu je zajištění neutrality a minimalismu, který vybízí k plné pozornosti směřované k uměleckému dílu bez okolních rušivých vlivů. Tento typ lze také použít pro široký výběr uměleckých směrů a stylů, nejčastěji pro médium malby a sochy. Celá instalace pak působí profesionálně, prestižně a všeobecně podporuje samotný prodej a touhu po investici.⁴⁸ Tento koncept má i svá negativa, tím může být vytržení z kontextu významu děl, omezení při výstavě experimentálních médií typu videoart a performance. Jeho používání může vést k monotónnosti, k nedostatečnému odlišení od konkurence, nebo může vyvolávat negativní dojem z nedosažitelné exkluzivity na straně publika.

S výstavnictvím souvisí také architektura a samotný výstavní prostor. Zpravidla prestižní galerie sídlí ve významných historických budovách, přičemž to často souvisí i s lukrativní adresou. Výstavní prostor a vybavení bývá přizpůsobeno vkusu děl. Ondřej Horák pokládá otázku: „*Proč se vlastně výstavní prostor tak málo změnil? Změnila se podoba uměleckých děl i způsoby jejich instalace, ale prostory a provozy muzeí a galerií v Čechách zůstaly zakonzervované ve své původní podobě.*“⁴⁹ Úkolem galerií by mělo být hledání takových způsobů prezentace, ale také možnost otevření otázek mezi diváky.⁵⁰ Oproti tomu progresivní galerie, které zastupují převážně mladé talenty, přizpůsobují prostory svým možnostem a zaměřením. Vyhledávají například industriální budovy, nebo zajímavě řešené nebytové prostory. Podílejí se tak na vzniku menších kulturních čtvrtí jako jsou Holešovická tržnice, Pragovka Art District nebo ulice Bořivojova. Naopak místo, kde se shlukují prestižní galerie prezentující etablované umělce, lze v českém prostředí připodobnit pražské ulici Národní třída.

⁴⁷ Tento fenomén byl poprvé analyzován a pojmenován po vydání eseje s názvem *Inside the White Cube: The ideology of the Gallery Spacem* autorem textu Brian O'Doherty.

⁴⁸ CAIN, Abigail. *How the White Cube Came to Dominate the Art World*, [2017].

⁴⁹ HORÁK et al., *Místa počínů: Historie výstavních prostorů u nás od 19. st po současnost*, 2017, str. 9.

⁵⁰ Tamtéž, str. 10.

U privátních galerií se v České republice nesetkáváme tak často s moderními technologiemi typu rozšířené nebo virtuální reality, pokud se nejedná o dílo samo. Relativně běžné jsou virtuální prohlídky výstav nebo digitální popisky k dílům, přístupné například přes QR kódy. Oproti tomu inovátorské galerie častěji realizují kreativní instalace s experimentálními médii typu videoart, nebo virtuální prostor pro prodej NFT na sdílené platformě apod. Avšak pokud se nejedná přímo o součást díla, digitální média nejsou součástí instalací.

2.5 Trh se současným uměním a česká současná scéna

Český trh s uměním nedisponuje zásadním vývojem trhu za svou krátkou historii od roku 1989 a svým lokálním zaměřením. Jsou zaznamenány sice mírné, ale stále rostoucí tendence v zájmu o investování do umění, ale v analyzovaných číslech se opírají pouze o aukční trh. Současné umění je na českých aukcích stále minoritní. Převládají tradiční díla 20. století a ze zahraničí se pouze vrací zpět díla českých autorů.⁵¹ To potvrzuje i celkový obrat na aukcích zahrnující výtvarné umění, který dosáhl částky 1,404 mld. korun, z čehož bylo současné umění zastoupeno 3,3 %. Celkový obrat podle Livebid, který zahrnuje kromě výtvarného umění také numismatiku, starožitnosti, šperky apod., dosáhl částky 2,466 mld. korun. Během deseti let se průměrné ceny děl žijících autorů pozvolna zvyšují (o 9 %). V roce 2023 se průměrná cena současného umění vyšplhala na 103 000 korun a svého dosavadního maxima dosáhla v roce 2020 prostřednictvím díla Theodora Pištěka ve výši 25,44 milionu korun.⁵² Avšak český trh není stále dostatečně atraktivní pro zahraniční sběratele právě kvůli absenci současníků. Ze zahraničí přicházejí nakupovat pouze díla zahraničních autorů.⁵³ Mimo jiné svého maxima aukční trh dosáhl v době pandemie covidu-19, což vypovídá o strachu z nejisté ekonomické situace vyvolané pandemií a o ukládání finančních prostředků do hmotných statků jako ochranou před inflací, jak již bylo zmíněno v kapitole o českém prostředí soukromých galerií.⁵⁴

Důležitým ukazatelem na trhu umění, vedle statistik z aukčních prodejů, je Art Index od J&T Banky, který vzniká ve spolupráci s ART+ a představuje nezaujatý přehled nejúspěšnějších českých umělců. Index hodnotí umělce podle aktivit v oblastech tvorby, ocenění, výstav, zahraničních projektů, spoluprací, či zastoupení ve sbírkách. Aby bylo

⁵¹ SKŘIVÁNEK, *Osobní rozhovor*, 22. 04. 2025.

⁵² SKŘIVÁNEK, *Nejdražší obraz a další rekordy*, [2020].

⁵³ NEČÁSKOVÁ, *Čeští sběratelé jsou konzervativní, chybí tu současné umění, říká expert*, [2023].

⁵⁴ Ročenka Art+, *Trh s uměním v roce 2023*, 2024, str. 6.

dosaženo objektivnosti, při sestavování pořadí není brána v úvahu cena děl umělců. Žebříček čerpá z dat vždy za posledních deset let a týká se umělců narozených po roce 1960. Dalším zajímavým přehledem špičkových českých umělců je Index autorů, který je součástí knihy Spectrum. Nejedná se o žebříček, ale utvořený obraz sestavený z profilu umělce – vzdělání, stipendia a rezidence, literatura, samotné a skupinové výstavy.⁵⁵ Přední příčku drží dlouhodobě Eva Kořátková, Kateřina Šedá, Krištof Kintera, Jiří Kovanda, Josef Bolf nebo Dominik Lang.⁵⁶ Tito nejvýraznější čeští umělci ve své tvorbě, i přesto že používají naprosto odlišná média, dokáží reagovat na politické a společenské otázky s intelektuální hloubkou a se silným výrazovým projevem. Pracují s prostorem a objektem a překračují hranici tradičních výtvarných technik. To potvrzuje také mezinárodní úspěch a stabilní přítomnost na zahraničních veletrzích a výstavách. Index zaznamenává i umělce mladší generace, jako Klára Hosnedlová a Igor Hosnedl, což ukazuje, jak se česká scéna proměňuje. I přesto, že v první stovce převládá malba a kresba a po ní následuje konceptuální umění, dále sochařství a instalace, vládnou v první desítce nové typy médií.⁵⁷

V knize Spectrum⁵⁸ se autoři dotazovali uvedených umělců na několik otázek ohledně tvorby a současného umění a jedna z nich zněla: „Když se Vás někdo zeptá, co pro Vás znamená současná česká scéna, co si dnes při této otázce vybavíte?“. Pohledy umělců byly různorodé. Například podle Tomáše Absolona představuje česká scéna následující: „Za zatím krátkou dobu, co vystavuji, vidím, že se česká scéna za posledních pár let vyvinula v aktivní kolektiv lidí, co se navzájem podporují. Školy a galerie se starají o to, aby v našem malém (v podstatě nově otevřeném) prostředí byli mladí umělci zařazení do celosvětového kontextu. Z toho důvodu vlastně nevnímám naši scénu jako vyloženě českou, ale hranice přesahují kolektiv zajímavých lidí.“ Petr Dub zase odpověděl: „Jedním slovem: fragmentace. Dvěma – obraz doby. Naši současnost charakterizují parciální zájmy a absence autorit. Co Čech, to odborník na hokej a mistr relativizování. Umělci – pytel blech. S ohledem na počet selhání v posledních třiceti letech nevěříme na stát jako na instituci určenou (mimo jiné) i ke správě kultury, přesto zpochybňujeme alternativy. Pěstujeme moralizování namísto morálky. Voláme po ekologii v oboru, který ze své podstaty ekologický není a nikdy nebude. Jsme netolerantní vůči jinakosti. Závidíme, protože nás vychovala generace ukřivděných ego-maniaků. Podstupujeme genderové audity, protože naši učitelé byli otevření sexisté. Trpíme

⁵⁵ HÁJEK, et al., *Spectrum*, 2020, str. 590-601.

⁵⁶ J&T BANKA, *Žebříček umělců*, [2024].

⁵⁷ ZÓNA UMĚNÍ, *Nejvlivnější čeští umělci 21. století: Kdo formuje současnou scénu*, [2025].

⁵⁸ HÁJEK, et al., *Spectrum*, 2020, str. 590-601.

znovu. Zakládáme odbory, protože naše problémy má „někdo“ vyřešit. Teorie: obrazy neumíme číst v jejich obsahu a žánru. Nástrojem kritiky se stala ideologičnost. Svět nás nezná. I přesto žijeme a tvoříme – v ráji. Je suis Domáci umělecká scéna!“. Jakub Hošek konkrétně hovoří o stále se utvářející scéně a také trhu s uměním: „Nejsem si jistý, jestli něco jako současná scéna existuje. Myslím, že stále vzniká a formuje se. Osobně dávám přednost označení současná česká umělecká komunita. Společenská minorita jedinců a skupin tvořících umění. Vybavím si velké instituce, komerční galerie, neziskové prostory – offspacey, artist run galerie, online platformy, sociální sítě, tištěná média a umělecké školy. Vybavím si vznik uměleckého trhu v procesu.“ Evžen Šimera se vyjadřuje konkrétně i k médiím současného umění: „Uvnitř české scény máme tendence mít pocit, že současnému umění může některé vyjadřovací médium předsedat. Naštěstí již dnes je v prostředí současné malby naše scéna pestrá a vyskytují se zde malby jak naprosto současné, tak výtvary, které zamrzly někdy před patnácti až čtyřiceti lety. Za předpokladu, že umělecká scéna je rozmanitá a malba je pouze jednou z disciplín, a i ta se dále štěpí na různé tendence, se přikládáním k tezi současného obrazu, který práce vytvořené v období „postinternetu.“ Je vidno, že dle názorů umělců je nejen český trh s uměním, ale i umělecká scéna na vzestupu a nachází se stále v procesu utváření.

2.6 Základní charakteristika českých sběratelů a publika

Galerie se zaměřují na několik cílových skupin. Kromě umělců jsou v soukromé sféře galerií hlavní cílovou skupinou zákazníci, kteří se specificky dělí na sběratele, vlastníky a zájemce o umění. Třetí cílovou skupinou je publikum – širší veřejnost, která může představovat také potenciální zájemce. Tato skupina souvisí s kulturní a společenskou rolí galerie, jejímž cílem není pouze zisk, ale i představení nových směrů a trendů v umění.⁵⁹

Nejprve je důležité představit motivy a demotivy k návštěvě galerií publikem. Na základě nejnovějšího výzkumu⁶⁰ z roku 2025, který zkoumal návštěvnický zážitek publika v muzeích a galeriích, vyplývá, že chování personálu zásadně ovlivňuje celkový zážitek návštěvy. Konkrétně neochota, malá vstřícnost a nízká informovanost personálu. Mezi dalšími zásadními vlivy byla uvedena nudná témata výstav, fádní design a instalace výstav

⁵⁹ Sběratelé se vyznačují tím, že soustavně nakupují umělecká díla a tvoří sbírku uměleckých děl. Oproti tomu vlastníci již zakoupili alespoň jedno dílo, ale systematicky se nákupu a tvorbě sbírky umění nevěnují. Soukromé galerie však navštěvuje i třetí skupina, která z různých důvodů dosud umění nevlastní, ale zajímá se o něj a je pravidelným návštěvníkem galerií, účastní se různých edukačních programů, nakupuje publikace, tisky, reklamní předměty a chce být součástí galerie, například v podobě účasti na zákaznickém programu.

⁶⁰ CABINET OF WONDERS, *Klíčová zjištění průzkumu návštěvnického zážitku 2024*, [2025].

nebo dlouhé a složité texty. Samotným důvodem k návštěvě galerie nebo muzea je často i samotná budova a odradit mohou také nepřehledné webové stránky a nedostatek informací.

Následující data o sběratelích a vlastnících vycházejí z aktuálního reportu J&T Banky, který zpracovává rok 2023. V části zabývající se demografickými údaji bylo zjištěno, že mezi kupujícími převažují sběratelé, zatímco vlastníci tvoří přibližně jednu šestinu. Mezi sběrateli převažují muži, zatímco u vlastníků je podíl mužů a žen téměř vyrovnaný. Pokud se zaměříme na věk, byla vysledována tendence, kdy s přibývajícím věkem roste aktivita v nakupování umění. Z toho vyplývá, že prioritou pro nakupující bývá nejprve zajištění jiných statků. Co se týče zastoupení věkových kategorií, nejméně početnou skupinou jsou sběratelé ze skupin do třiceti a čtyřiceti let. Naopak nejaktivnější skupinou jsou sběratelé ve věku od šedesáti do sedmdesáti let, následuje skupina od padesáti do šedesáti let a nad sedmdesát let. Obecně řečeno, nejaktivnějšími nakupujícími jsou sběratelé nad padesát let. U vlastníků umění jsou věkové kategorie zastoupené relativně poměrově stejně.⁶¹

Ohledně chování sběratelů a vlastníků bylo vysledováno, že sběratelé jsou při pořizování umění méně zdrženliví než vlastníci. Současně ti, kteří se nákupu věnují delší dobu jsou ochotni investovat vyšší částku, zejména ve skupině sběratelů. Nejčastěji nakupovaná množství děl je v rozmezí dvou až pěti kusů za rok, avšak dotazování sběratelů nakoupili maximálně dvacet děl a vlastníci deset. Co se týče ceny, sběratelé nejčastěji investují částku v rozmezí od 100 tisíc do 499,9 tisíc korun a vlastníci v rozmezí od 10 tisíc do 49,9 tisíc korun. Sběratelé se s ohledem na investovanou částku chovají stabilněji než vlastníci. Naopak nejistota vlastníků se v investování propsala v roce 2022 do nákupu levnější kategorie děl do 10 tisíc korun, oproti roku 2023, kde se nejčastěji nakupované cenové rozmezí zvýšilo na 10 tisíc korun až 49,9 tisíc korun. V pořízení děl se nakupující nejčastěji obracejí na online aukce, dále přímo na umělce a až jako třetí cestu využívají galerie. Z výsledků Livebid vyplývá, že až 79 % z celkového počtu prodaných uměleckých děl na aukcích bylo vydraženo online, což poukazuje na rostoucí trend. Na rozdíl od vlastníků sběratelé hojně využívají i jiné způsoby nákupu.⁶²

Ačkoliv je na aukčním trhu sledováno minoritní zastoupení současného umění, výzkum naopak ukazuje, že nejčastěji nakupovaným uměním je v obou skupinách současné umění, a to u sběratelů téměř tři pětiny a u vlastníků mírně nad polovinu.⁶³ S ohledem na věk má

⁶¹ J&T BANKA ART REPORT, *Trh s uměním 2023*, [2024], str. 6-8.

⁶² Tamtéž, str. 9-21.

⁶³ Z důvodu absence dat od dealerů a soukromých galerií z prodejů současného umění není celkový poměr na prodejích zaznamenám.

o současné umění zájem mladší a střední generace, přičemž převažuje konkrétně u těch, kteří nakoupili umělecká díla do 100 tisíc korun. Pro pochopení nákupního chování a rozdílů mezi Českou republikou a Velkou Británií uvádím také druhý nejoblíbenější segment u nás, a sice poválečné umění. Nejprodávanějším českým médiem je malba, která tvoří u sběratelů více než čtyři pětiny nákupů a u vlastníků polovinu. Ve vysoké míře jsou zastoupeny také práce na papíře a grafika u obou skupin nakupujících. Z dalších médií s již klesajícími procenty následuje socha a umělecké sklo. Za rok 2023 nebyl proveden žádný nákup fotografie ze strany vlastníků, zatímco designové předměty u této skupiny výrazně převažují zájem sběratelů. O nová média byl zaznamenán téměř nulový zájem, pouze u sběratelů dosáhl jednoho procenta.⁶⁴

Zaměřím se nyní na nákup současného umění detailněji. Rozhodování o nákupu ovlivňují tři hlavní kritéria. U sběratelů jsou to: zastoupení děl ve veřejných sbírkách institucí, výstavní historie umělce a získaná ocenění. Z deseti kritérií je zastoupení umělce významnou galerií na šestém místě hodnotících kritérií. U obou skupin je sledována vysoká důvěra v investici do začínajících umělců, a to z důvodu budoucího vysokého zhodnocení. Pro srovnání s londýnským trhem jsou na českých aukcích zastoupené položky současnými díly pouze z 3 % a většina kupujících by uvítala mnohem větší zastoupení. Nejsilnějším faktorem pro rozhodování o nákupu je jak mezi sběrateli, tak vlastníky emociální hodnota a následuje potřeba podpory umělce. V těsné blízkosti se nachází zbylé hodnoty s podobným ohodnocením. Nakupující se dále rozhodují podle vytvoření ucelené sbírky (zvláště u sběratelů), roli hraje také možnost setkání se zajímavými lidmi, ochrana před inflací a očekávané zhodnocení. Networking a společenské postavení při rozhodování působí hlavně na mladé sběratele. Sběratelé, kteří se sbírání umění věnují delší dobu, nakupují s ohledem na diverzifikaci portfolia a investiční příležitosti. Nejsilnějšími faktory, které motivovaly sběratele k nákupu bylo setkání s významným umělcem, významné výstavy či odborné ocenění umělců. Naopak je odrazovala hrozba inflace, zprávy o rostoucích cenách umění a geopolitická situace.⁶⁵ Zajímavostí je, že sběratelé nepodlehli zahraničnímu trendu nákupu děl na základě menšin nebo pohlaví. Téměř polovina sběratelů má v plánu svou sbírku odkázat své rodině.

Trh s uměním, konkrétně prodejci, v roce 2023 také zaznamenal nárůst nových zájemců o díla, především o současné umění. Nejsilnějším motivem bylo vlastnit dílo a mít ho doma,

⁶⁴ Tamtéž, str. 20-21.

⁶⁵ Tamtéž, str. 22-28.

dále rozšíření investičního portfolia o umění či ochrana peněz.⁶⁶ Nejčastější odpovědí na otázku, proč zatím nevlastní dílo je, že je buď příliš drahé, nebo že pro něj nemají vhodný prostor k umístění. Zájemce převážně zajímá malba a práce na papíře či grafika, podobně jako je to u sběratelů a vlastníků. Dále je to v tomto pořadí sklo, fotografie, designové předměty a s nejmenším počtem zájmu nové umění. Digitální umění je dokonce bez zájemců. Nejčastěji zájemci navštěvují vernisáže, dále v menším měřítku soukromé prohlídky galerií, aukce, ateliéry umělců či veletrhy s uměním.⁶⁷

Na závěr je potřeba uvést důležitý fakt, jenž vyplynul z dat z roku 2022, a sice, že sběratelé nechovají důvěru v galeristy a umění nakupují raději přímo od samotných umělců, které tím chtějí podpořit. Nedůvěra se potvrdila i v průzkumu následujícího roku. Ačkoli umělci prodávají svá díla napřímo, měli by provize odvést své zastupující galerii. Sběratelé nedostatečně rozumí roli galerií v zastupování umělců.⁶⁸ Podle Lucie Drdové sběratelská základna v České republice není rozsáhlá, ale za to stálá a své sběratelské činnosti se věnují dlouhodobě.⁶⁹

2.7 Shrnutí českého prostředí

Oproti Západní Evropě má český trh s uměním krátkou historii a stále se formuje. První soukromé galerie, které se objevily v porevolučním období, často neměly dostatečné zkušenosti ani profesionální zázemí, což vedlo k diletantskému přístupu v oblasti galerijního provozu a trhu. Tento počáteční vývoj mohl ovlivnit vnímání soukromých galerií veřejností, ke kterým stále přetrvává určitá míra nedůvěry a nepochopení jejich činnosti. Soukromé galerie zaujímají složitou pozici, kdy se orientují na prodejní stránku a vlastní cíle, ale zároveň si jejich práce žádá jistý společenský přesah, což je staví do složité pozice.

Z vnějších faktorů ovlivňujících prostředí soukromých galerií je důležité financování kultury. Zatímco výdaje domácností na kulturu zůstávají nízké, státní podpora kontinuálně roste, což je pozitivní trend. Přesto v době prudkého růstu inflace a ekonomické nejistoty lze sledovat, že investice do umění zůstává jedním ze způsobů ochrany kapitálu, i když není primárním cílem sběratelů a vlastníků, což pomáhá stabilizovat trh a ukazuje, že nakupující chovají v samotný trh s uměním důvěru. Pandemie COVID-19 neměla dopad jen na výdaje domácností a státní finance, ale ovlivnila také zásadně návštěvnost galerií, která se dosud

⁶⁶ Tamtéž, str. 29-30.

⁶⁷ Tamtéž, str. 51-52.

⁶⁸ STUHLÍK, *Průzkum: Sběratelé chtějí vidět současné umění na aukcích*, [2022].

⁶⁹ DRDOVÁ, *Sbírat umění, dílčí aspekty sběratelství a trhu se současným uměním v ČR*, [2017], str. 31-33.

nevrátila na původní úroveň před pandemií, a to ve veřejných institucích ani v soukromém sektoru. Stejně tak poklesl celkový počet aktivních galerií. Tento aspekt ovlivnil celkový ekosystém trhu. Největší dopad pandemie zaznamenaly ze všech subjektů galerií ty soukromé. Největším zjištěním je, že návštěvnost soukromých galerií v součtu za jeden rok převyšuje roční návštěvnost všech expozic a výstav Národní galerie v Praze.

Trh s uměním v České republice je stále v počáteční fázi zmapování, přičemž dostupné údaje vycházejí jen z aukcí, které monitorují J&T Banka, Art+ a Livebid. Prodeje v soukromých galeriích zůstávají neveřejné, což činí trh opatrným a fragmentovaným, s přetrvávající nedůvěrou sběratelů vůči současnému umění. Soukromé galerie hrají klíčovou roli v nastavování cen a vytváření vztahů mezi umělci a nakupujícími, přičemž jejich existence na trhu je ještě krátká. Firmy v České republice, jako jsou J&T Banka nebo Kooperativa, se snaží podporovat trh skrze firemní sbírky a mecenášství, což je trend, který u nás zatím není tak běžný jako v zahraničí. Kromě toho v České republice vznikají významná soukromá muzea, například Kunsthalle Praha, které se podílejí na prezentaci současného umění a podporují edukaci nejen veřejnosti, ale i škol. Mění se také kvalita a informovanost v médiích, avšak o mladých umělcích a nezávislých projektech je stále nedostatečná. Kromě toho existují neziskové iniciativy a grantové programy, které podporují rozvoj současné české scény, například Luc Art Fund nebo Tranzit Display. Ačkoli v České republice chybí veletrhy zaměřené na současné umění, projekt Prague Art Week se snaží propojit klíčové instituce. Ocenění jako Cena Jindřicha Chalupického stále zůstávají významným momentem v kariéře mladých umělců, ale jejich dlouhodobý vliv je předmětem diskusí. Prodej umění online v České republice zaostává za zahraničím, kde tento trend roste, což je způsobeno zejména menším trhem a preferencí osobního kontaktu.

Důležitým rysem českého trhu s uměním je lokální zaměření a konzervativní přístup sběratelů. I přesto, že je současné umění na aukčním trhu minoritně zastoupené, ukazuje se, že je nejčastěji kupovaným médiem u sběratelů i vlastníků. Nejpočetnější skupinou sběratelů jsou muži ve věku nad padesát let. Ti se neřídí zahraničními trendy a preferují spíše etablované formáty. Vlastníci umění investují nejčastěji částky v řádu desítek až stovek tisíc korun. Přestože se objevuje rostoucí trend nákupu na online aukcích, chybí zde platformy pro online prodej uměleckých děl přímo prostřednictvím galerií, které jsou sledovány také v zahraničí. Zajímavým trendem je rostoucí důraz na networking v rámci uměleckého trhu, zejména u mladších sběratelů, kteří vyhledávají osobní kontakt s umělci. Přestože nákup umění je částečně motivován snahou ochránit kapitál před inflací, významnou roli

v rozhodování stále hraje emocionální hodnota děl. Nedůvěru vzbuzuje netransparentnost cen a obecně galerií, na což jsou zájemci o umění nejcitlivější.

Přední českou scénu současného umění tvoří umělci jako například Eva Kotátková, Kateřina Šedá, Krištof Kintera, Jiří Kovanda, Josef Bolf a Dominik Lang, kteří se vyznačují hlubokými intelektuálními a výrazovými reakcemi na politické a společenské otázky. Mezinárodní úspěch a stabilní účast na zahraničních výstavách potvrzují jejich význam. Mladší generace, včetně Kláry Hosnedlové a Igora Hosnedla, ukazuje na proměnu české scény, kde dominuje malba a kresba, ale stále častěji se objevují nové mediální přístupy. Samotní umělci vnímají českou scénu jako aktivní a propojenou, ale poukazují na stále probíhající proces formování scény.

Celkově lze konstatovat, že český trh s uměním je spíše konzervativní a prochází postupnou evolucí. K tomu jednoznačně přispívá mimo jiné postupná stabilizace soukromého sektoru a rozvoj profesionálního galerijního provozu. Některé galerie se soustředí primárně na prodej etablovaných autorů, zatímco jiné se věnují progresivním kurátorským projektům a podporují mladé či konceptuálně zaměřené umělce. Existují také galerie kombinující prodejní a edukační přístup a snaží se kultivovat sběratelskou základnu a přibližovat současné umění širší veřejnosti. Výzvou pro soukromé galerie je mezinárodní přesah, přičemž systematicky pracují na prezentaci českých umělců v zahraničí a snaží se propojit domácí scénu se světovými trendy. Obecně je však v českém prostředí nedostatečná méně rozmanitá síť galerií, což souvisí s lokálním malým trhem s nedostatkem zahraničních sběratelů.

3 ANALÝZA PROSTŘEDÍ VELKÉ BRITÁNIE

Soukromé galerie v Londýně tvoří dynamický a vysoce rozvinutý segment globálního trhu s uměním. Londýn, jako jedno z klíčových světových center obchodu s uměním, disponuje širokou škálou galerií od komerčních subjektů zastupujících etablované umělce po experimentální prostory zaměřené na progresivní a konceptuální tvorbu. Historie a tradice trhu s uměním ve Velké Británii, stejně jako jeho napojení na globální sběratelské sítě, hrají klíčovou roli v utváření současné podoby londýnské galerijní scény.

Tato kapitola se zaměřuje na mapování prostředí soukromých galerií v Londýně a jejich fungování v kontextu trhu se současným uměním. Představí hlavní typy galerií, rozvoj galerií v 90. letech, jejich role v ekosystému umění, financování galerijního sektoru ze strany státu, a tedy prostředí galerií. Dále bude nastíněno, jak si počíná trh s uměním, v němž fungují různé typy privátních galerií, a to, jak se soustředí na výstavní činnost a kurátorské přístupy. Kapitola se zaměří také na chování publika, zejména na sběratele umění. Přestože hlavním cílem kapitoly není přímá komparace s českým prostředím, průběžné srovnání poskytne kontext pro lepší porozumění specifik londýnského trhu. Londýnské prostředí nabízí inspiraci a příklady best practice, které mohou být užitečné při hledání možných cest pro další rozvoj českého trhu s uměním a jeho napojení na mezinárodní scénu.

3.1 Soukromé galerie ve Velké Británii od 90. let po současnost

Během 20. století se s růstem městských vrstev v Londýně postupně zvyšoval zájem o sběratelství umění. Ekonomické a sociální faktory přispěly k tomu, že se Londýn stal jedním z klíčových světových uměleckých center. Galerie během této doby přestaly plnit výhradně prodejní funkci a začaly hrát významnou roli také při etablování samotných umělců. Tyto změny položily základy vzniku prvních významných soukromých galerií druhé poloviny 20. století, mezi něž patří například White Cube nebo Lisson Gallery. Jejich dlouhodobá existence a schopnost přežít několik ekonomických krizí svědčí o úspěšné adaptaci na proměnlivé globální podmínky a o jejich roli jako základního vzoru pro dnešní soukromé galerie.⁷⁰ Dalším významným faktorem byl vznik pozice nezávislého kurátora, jehož vliv začal sahát za hranice Londýna a rozšířil se i do mezinárodního prostředí. Díky tomu byla výstava nově definována jako „*prostorový konstrukt kurátorského argumentu, který uspořádává vybraná díla do komponovaných výpovědí o současném umění.*“⁷¹

⁷⁰ FLETCHER, *On the Rise of the Commercial Art Gallery in London*, [2012].

⁷¹ DUŠKOVÁ et al., *Výstava jako médium*, str. 19.

S nástupem 90. let začaly ve Velké Británii i České republice působit vlivy globalizace. Po skončení studené války došlo k otevření východoevropského trhu, což dále posílilo pozici Londýna na globálním trhu s uměním. V tomto období zažívají výrazný vzestup ikonické galerie, které si postupně budují pevnou pozici v mezinárodním měřítku. Významnými impulzy posilujícími londýnský trh s uměním se staly také prestižní události jako Turner Prize a mezinárodní veletrhy umění jako Frieze Art Fair.

Lisson Gallery v 90. letech hostila výstavy předních mezinárodních umělců.⁷² V období 1984 až 1999 bylo 14 umělců galerie nominováno na Turner Prize. Lisson se podařilo expandovat díky schopnosti včas rozpoznat a reagovat na aktuální trendy a vybudovat dlouhodobé vztahy s mladými umělci.⁷³ Další galerií s dlouhodobou stabilní pozicí na trhu je Victoria Miro Gallery založená již v roce 1985. Galerie zastupuje etablované i začínající umělce. V reakci na trh se v 90. letech zaměřila na mimoevropský a americký trh a Asii. V roce 1999 přišel rozhodující okamžik galerie, kdy vystavila provokativní dílo Chrise Ofiliho se sloním trusem. To vyvolalo ostrou debatu, která galerii dostala do mezinárodního povědomí. Výstavami galerie nadále prolamuje tradiční pojetí umění.⁷⁴ V polovině 90. let se začínají formovat další instituce. Například v roce 1993 vstupuje na pole klíčových hráčů White Cube, která nastoupila rovnou se suverénní strategií. Během 90. let vystavovala všechny vybrané umělce pouze jednou. V letech 1993–2001 vystavila 75 autorů na 75 výstavách. White Cube⁷⁵ jako jedna z mála podpořila britské hnutí mladých umělců (YBA). Stála tak za vzestupem umělců významných jmen jako Damien Hirst.⁷⁶ Uvedené galerie jsou nejen předními galeriemi Velké Británie, ale také celosvětově uznávané za svůj mimořádný přínos současnému umění.⁷⁷

Vedle těchto ikon je potřeba zmínit také galerie, které si našly své místo na trhu jako například Halcyon Gallery založená roku 1982, jež vystavuje nejen současná díla, ale sází také na oblíbená díla modernistů jako Andy Warhol. Tento trend na trhu přetrvává až do současnosti, na podobný model vsadila také síť galerií Opera Gallery (londýnská pobočka otevřena roku 2005) či Gazelli Art House, založena v roce 2010, která kromě současného

⁷² Její historie sahá do roku 1967 a průkopníkem na trhu se stala díky prosazování umělců spojených s minimalismem a konceptuálním uměním. Aktuálně podporuje více než 70 mezinárodních jmen v Londýně a dále ve svých pobočkách v New Yorku, Los Angeles, Šanghaji a v Pekingu.

⁷³ LISSON GALLERY, *About*, [2025].

⁷⁴ ART FACTS, *Victoria Miro*, [2025].

⁷⁵ Galerie dnes zastupuje 60 mezinárodních umělců a představuje umění na třech kontinentech – New York, Londýn, Paříž, Hong Kong a Soul. Organizuje také off-site projekty.

⁷⁶ WHITE CUBE, *About*, [2025].

⁷⁷ QUEMIN, *The Social World of Galleries*, [2024], str. 281-282.

umění nabízí poválečné umělce, pop-art a abstraktní expresionismus mezinárodního formátu.

Další typ galerií s dlouhou existencí, které také zaujímají přední pozici na trhu, ale jsou v kontextu spíše středně velikými, jsou kupříkladu Flowers Gallery (1970), Maureen Paley (1984) a Matt's Gallery (1979), Pi Artworks (1998). Tyto galerie se liší svým zaměřením. Jejich výstavní program se zaměřuje spíše na kurátorský přesah než čistě na prodej. Jedním z hlavních důvodů je, že tyto galerie dlouhodobě podporují nejen etablované umělce, ale také vysoce experimentální a konceptuální umění, které není vždy snadno prodejné. Zaměřují se na umělecké projekty, které kladou důraz na inovativní a intelektuální přístup, spíše než na komerční úspěch. Například Flowers Gallery je známá tím, že se soustředí na umělecké projekty, které jsou zaměřeny na výzkum a rozvoj uměleckých praxí, nikoli pouze na prodejní komodifikaci umění. Galerie Maureen Paley od svého vzniku podporuje současné umění, které se často zabývá sociálními a politickými tématy, což vyžaduje specifický kurátorský přístup k výběru a prezentaci děl. Matt's Gallery se zaměřuje na umělce, kteří se vyjadřují prostřednictvím instalací a performance, což opět neodpovídá tradičním prodejním modelům galerií, ale spíše se soustředí na kulturní a konceptuální hodnotu umění.

Od 90. let vznikla také řada předních galerií, které se specializovaly na určitý segment trhu. Například na začínající umělce, podporu mezinárodních talentů, nebo na různá média. Komunikační strategií bylo oslovit co nejširší publikum a zpřístupnit umění široké veřejnosti. Současně se řada umělců stěhovala na periferii Londýna a snažila se přeměnit opuštěné průmyslové budovy na kulturní místa. Například Hales Gallery⁷⁸ (1992), která se přestěhovala do kulturního a dynamického centra na východu Londýna. Lamberty Gallery (1997) byla první galerií nabízející špičkový design z 20. století a mimo to nabízela i pouliční umělce. Blue Gallery (1994) byla založena s cílem podporovat mladé umělce bez vlastního prostoru. Svou činnost však v roce 2006 ukončila. Zajímavým putovním projektem byl Drawing Room (2000), který se soustředil výhradně na kresby.

Dekáda mezi lety 2000 a 2010 se nesla ve znamení globalizace. Na londýnský trh vstupují pobočky velkých světových galerií, které budují silnou síť galerií po celém světě. Galerie Gagosian se rozšířila o londýnský trh v roce 2000 a stala se hned největší komerční galerií v Londýně. Mateřská společnost byla původně založena v roce 1980 v Los Angeles.

⁷⁸ HALES GALLERY, *About*, [2025].

Po velkém úspěchu pokračovala otevřením dalších poboček v Londýně v roce 2004 a 2015. Prostory galerie jsou velkolepé s přísnými kritérii, které nemají konkurenci. Prominentní světová galerie si klade za cíl prezentovat inovativní díla etablovaných jmen i méně známých umělců. Galerie je unikátní vlastním nakladatelstvím se vzácnými uměleckými knihami. Její jedinečnost spočívá v kombinaci prezentace význačných uměleckých jmen, precizně navrženého prostoru, digitální platformy, vydavatelství a kulturních akcí.⁷⁹ V roce 2003 otevřel v Londýně pobočku další velikán, původně z Curychu. Hauser & Wirth zahájil své otevření výstavou Paula McCarthyho. Galerie sídlila v chráněné památkové budově a k tomu paralelně organizovala výstavy v bývalém skladu. Každý rok hostila dvě až tři přehlídky současného umění významných jmen.⁸⁰ Následovala Pace Gallery v roce 2011, původně založená v roce 1960 v Bostonu. Galerie se na evropském trhu soustředí převážně na vlivné evropské umělce. V raných fázích podpořila na americké scéně hnutí Abstract Expressionist a Light and Space. Dnes má globální dosah a významně se zaměřuje na publikaci uměleckých knih.⁸¹ Další příchozí galerií byla David Zwirner, která je uznávaná pro své inovativní výstavy různých žánrů a médií. První galerie byla založena v New Yorku v roce 1993. Disponuje silným zastoupením na primárním i sekundárním trhu, a kromě výstav se specializuje také na vydávání knih.⁸²

Trend nárůstu galerií pokračoval i v dalším tisíciletí a vedl k vzniku „mega galerií“. Tyto mezinárodní galerie se vyznačují rozsáhlým výstavním prostorem, několika pobočkami a širokým portfoliem špičkových umělců. Jejich styl řízení se přibližuje spíše korporátnímu stylu. Po úspěších na londýnském trhu se galerie rozpínaly dál. Například Gagosian otevřel nový výstavní prostor v Londýně. Další galerie – Pace Gallery, Hauser & Wirth – expandovaly natolik, že ještě rozšířily své prostory. To přispělo k tomu, že se z Londýna stalo globální centrum umění.⁸³ Rozmach soukromých galerií způsobil utlačení menších galerií. Ty se musely přizpůsobit a zaměřit se na určitý směr či skupinu umělců. Úspěšnými galeriemi i přes útlak gigantů se staly například Unit Gallery (2013) a HOFA (2012). Zaměřují se na široké spektrum médií a sebevyjádření, jejichž záměrem je zpřístupnit umění pro všechny. Zásadní vliv na londýnský trh měli čínští investoři, kteří pole současných galerií rozšířili o specializované galerie s čínským a asijským uměním. Zpravidla zde otevírali pobočky úspěšných asijských galerií z Hongkongu, Pekingu jako A.I. Gallery,

⁷⁹ GAGOSIAN GALLERIES, *Projects*, [2025].

⁸⁰ HAUSER & WIRTH, *History of Hauser & Wirth London*, [2025].

⁸¹ PACE GALLERY, *Announcing Plans for London Expansion*, [2019].

⁸² DAVID ZWIRNER, *25 Years*, [2025].

⁸³ EDUART, *Co stojí za úspěchem mega galerií*, [2025].

Tabula Rasa nebo Bluerider Gallery. Jedním z důvodů, proč si asijské galeristé při vstupu na evropský trh vybrali Londýn, byla menší jazyková bariéra díky angličtině.⁸⁴

V posledních letech se v Londýně na přední scénu dostává nová generace mladších galeristů a jejich galerie. Patří mezi ně například Sherbet Green, Guts Gallery nebo galerijní inkubátor Angelicy Jopling, dcery zakladatele White Cube Jaye Joplinga.⁸⁵ Tyto nově vzniklé galerie mohou být pro trh s uměním velmi nápomocné tím, že přinášejí čerstvou energii a inovativní přístupy k prezentaci umění, čímž přitahují mladší generace sběratelů a širokou veřejnost, která je více otevřená experimentálnímu a alternativnímu umění. Dále umožňují začínajícím umělcům získat vystavovací prostor a vybudovat si kariéru, což má pozitivní dopad na diverzifikaci umělecké scény.

3.2 Prostředí soukromých galerií ve Velké Británii

Vzhledem k velikosti a rozmanitosti uměleckého trhu ve Velké Británii je přirozeně očekávána široká škála rozdílů. V rámci srovnání s českým prostředím je zaměřena pozornost na několik klíčových aspektů, jako je podpora kultury ze strany státu, výdaje na kulturu a zájem publika, včetně výdajů domácností na kulturní aktivity. Dále je zkoumáno, jak byl trh s uměním ovlivněn pandemií covidu-19, především ve vztahu k počtu existujících galerií a návštěvnosti. Předpokládá se, že londýnský trh disponuje rozsáhlejšími a podrobnějšími analýzami, což je umožněno silnými a stabilními organizacemi, kvalitní mediální informovaností a vyšším zájmem veřejnosti o umění.

3.2.1 Ekonomické faktory Velké Británie

Ve Velké Británii existuje propracovaný systém státní podpory. Podpora je dlouhodobá a stabilní, a to i přes nejistá období jako Brexit a pandemie covidu-19. Nadřazeným nástrojem je Národní loterie. Její podpora má jasně dané cíle podpory a poskytuje granty organizacím kulturního sektoru jak neziskovým, tak i soukromým, pokud splňují stanovená kritéria, přičemž upřednostňovány bývají neziskové subjekty. Celkový rozpočet na podporu širší kultury stanovuje vždy na období tří let. Za rok 2023 obnášel částku 416 milionů liber, čímž podpořil 828 organizací.⁸⁶ Nejrozsáhlejší a nejvíce klíčovou organizací je Arts Council England, která je financovaná částečně Národní loterií a pak britskou vládou. Organizace

⁸⁴ ARTNET, *Brexit Weakened the London Art Market, But There Are Signs That the Gallery Scene Is Stronger Than Ever*, [2023].

⁸⁵ Tamtéž.

⁸⁶ THE COUNCIL ARTS ENGLAND, *2023-26 Investment Programme: Budget confirmation and application figures*, [2024].

byla založená v roce 1994, avšak původní podoba vznikla už v roce 1964. ACE podporuje široké spektrum kulturních aktivit a konkrétně i ve výtvarném umění. Pro efektivnější řízení a rozdělování financí má několik správních poboček po celé zemi. Organizace funguje na základě dlouhodobé strategie stanovené na desetileté období. Aktuální strategie s názvem *Let's Create* má za cíl do roku 2030 umožnit doslova všem podílet se na kreativě a užívat si kulturních zážitků.⁸⁷ V rámci výtvarného umění si klade za cíl podporovat projekty napříč širokou škálou médií a umělců i mimo tradiční galerijní prostor. Podařilo se například zajistit daňové úlevy pro neziskové galerie a muzea na organizování veřejných výstav. Konkrétně pod VA Purchase Grant Fund provozuje akviziční fond pro neziskové galerie a muzea. Nyní je schválený až do roku 2026 a každý rok čítá přibližně 750 000 liber.⁸⁸ V rámci ACE dále funguje Arts Council Collection, který vytváří vlastní sbírku umění mladých britských umělců a věnuje se edukaci veřejnosti.⁸⁹ V problematice podpory kulturní sféry přispívá ACE také vlastními průzkumy. V jejich podrobných statistikách je možné nalézt přehledy o tom, o kolik procent se zvedla výkonnost KKP, kolik přispívá do státní ekonomiky, jak zpracovává celkovou částku za vývoz uměleckých a kulturních služeb nebo zhodnocení každé vynaložené libry ze státní kasy.⁹⁰ Kolem ACE se také nese kritika týkající se podpory velkých organizací nebo filmové produkce.

Další podporou, která slouží k pořízení uměleckých děl od moderních a současných umělců, je národní charitativní organizace Art Fund. O příspěvek mohou zažádat veřejná muzea a galerie z neziskového sektoru. Organizace nabízí také školení v propagaci a platformu ke zviditelnění.⁹¹ Art Fund čerpá prostředky nikoliv z vládních zdrojů, ale z členských příspěvků partnerů. Ti za odměnu získávají členské výhody v podobě bezplatných vstupů, nebo slev na vstupné a předplatné. Dalšími zdroji jsou dary nebo prostředky pocházející z partnerství s organizacemi. V rámci Art Fund existuje také iniciativa ve spolupráci s Freelands Foundation, která nabízí muzeím a galeriím grant až do výše 60 000 liber. Příspěvek má podpořit rozšíření sbírky o práci žen umělekyn.⁹² Dalším zajímavým vládním projektem je Government Art Collection v rámci kterého vláda získává

⁸⁷ WIKIPEDIA, *Arts Council England*, [2024].

⁸⁸ ARTS COUNCIL ENGLAND V&A, *Purchase Grant Fund*, [2025].

⁸⁹ THE ARTS COUNCIL COLLECTION, *About us*, [2025].

⁹⁰ ARTS COUNCIL ENGLAND, *Economic contribution of arts and culture*, [2025].

⁹¹ ART FUND, *Acquisition grants*, [2025].

⁹² ART FUND, *Freelands Art Fund Acquisition*, [2024].

a zároveň vystavuje současné umění. Využívá k tomu ambasády a britské budovy po celém světě, jedná se tedy až o 125 zemí.⁹³

Z hlediska přehledu obecného dění Velká Británie v posledních letech čelila několika výzvám. Na celou ekonomiku Velké Británie měl významný vliv Brexit, pandemie covidu-19 a vysoká inflace v roce 2023, která tehdy dosáhla svého nejvyššího vrcholu od 80. let.⁹⁴ Britská ekonomika však stále překvapuje.⁹⁵ I přesto, že po Brexitu klesly vládní výdaje, výdaje domácností i celkový vývoz, sektor služeb naopak roste. KKP ve Velké Británii vykazuje všeobecně vysoká čísla. Na HDP se v roce 2023 podílel ve výši 5,9 %.⁹⁶ Avšak konkrétně na trh s uměním měly tyto faktory silný dopad. Navzdory přetrvávajícím politickým tlakům se tržby postupně zvyšují a drží si svou dynamiku.

Při zaměření na konkrétní data o britských galeriích a muzeích bylo zjištěno následující. Počet galerií a prodejců umění ve Velké Británii aktivně produkujících umění dosáhl v roce 2022 přes 7 000, z toho 3 855 soukromých galerií sídlilo v Londýně. Byl také zaznamenán růst soukromých podniků. Jejich počet vzrostl od roku 2013 do roku 2023 o 31 % a od roku 2019 o 14 %, a to i přes vliv pandemie covidu-19, kterému čelily malé podniky. Co se týče návštěvnosti, je možné sledovat podobný trend jako v České republice. Celková návštěvnost v kultuře po pandemii covidu-19 meziročně roste, avšak stále nedosáhla úrovně před rokem 2020. Důvodem v britském prostředí je odliv čínských turistů a změna chování publika, zejména u návštěvníků seniorního věku.⁹⁷ Dále ze studie ACE vyplývá, že i v britském prostředí nejsou galerie zaměřené na výtvarné umění mezi hlavními zájmy domácností. Na prvních příčkách se umístila hudba, muzea, knihovny, literatura a divadlo. To koresponduje s preferencemi Čechů, kteří investují raději do koncertů, knih a divadla.

3.2.2 Pohled na role soukromých galerií v prostředí Velké Británie

Obecná definice soukromé galerie je významově stejná i v londýnském prostředí. Jedná se o subjekt vlastněný soukromým majitelem, který zastupuje umělce a prezentuje umělecká díla, která zároveň prodává a dělí se s umělcem o zisk. Při zkoumání definice byly nalezeny dvě studie. První z nich zkoumá pojem „soukromí“ a „veřejnost“ v galeriích a zmiňuje, že právě soukromá galerie je svázaná soukromím i veřejností. Důvodem jsou sdílené cíle

⁹³ GOV.UK, *New government scheme to promote next generation of UK artists around the world*, [2022].

⁹⁴ CZECHTRADE, *Spoklesem inflace dochází ve Spojeném království k postupnému snižování úrokových sazeb*, [2024].

⁹⁵ FXSTREET.CZ, *Britská ekonomika překvapila růstem, ale výhled na rok 2025 zůstává nejistý*, [2025].

⁹⁶ WIKIPEDIA, *Economy of England*, [2025].

⁹⁷ BROWN, *Visitors to UK attractions increasing but still below pre-Covid levels*, [2024].

s dalšími organizacemi, které se zaměřují na veřejné služby. Úkolem zaměstnanců je pak vytvářet strategie zážitkově prostorové a estetické, což vede k vzájemnému napětí. Studie dospěla k závěru, že veřejné zážitky jsou založeny na principu inkluзивity a soukromé na principu exkluzivity. I přesto, že se zájmy skupin vylučují, studie dochází k tomu, že soukromí nemůže existovat bez veřejného a naopak. Každodenní práci soukromých organizací, fungujících s přesahem do veřejnosti, je tyto zájmy vyvažovat.⁹⁸

Druhá studie se nezabývá cíli soukromých galerií, ale nepřímými záměry a potřebami soukromých galerií na trhu. Mimo to hlavním zájmem studie je sebelegitimizace prostřednictvím provozování soukromé galerie elitou. Fakt, že se elita snaží zajišťovat jistý morální status mecenášstvím, za způsob svého obohacení, je snad všeobecným jevem. Avšak na základě rozhovorů se zaměstnanci, kurátory a s vedením, jak ze soukromých, tak státních institucí, vyšlo najevo několik zajímavostí. Bez ohledu na elitářství, soukromá filantropie je účinnější, inovativnější a společensky odpovědná alternativa k veřejným institucím. Například schvalovací procesy jsou mnohem rychlejší. Zaplňují také mezeru, kterou veřejné instituce nemohou pokrýt a tím je mladé umění vsazené diskurzu. Druhá část respondentů, konkrétně soukromých galerií, kritizovala „klišé bohatých sběratelů“, uzavřenost galerií a snahu podpořit mladé talenty čistě pro zhodnocení. Byla kritizována také privatizace umění v tom smyslu, kdy elita doslova určuje to, co bude veřejnost konzumovat. Je potřeba také uvést, že bylo vysledováno, že respondenti mají tendenci proti kritice bránit organizaci, s níž jsou propojeni. A to bez ohledu na to, zda se jednalo o soukromý nebo veřejný subjekt.⁹⁹ V případě soukromých muzeí se vkus a zálibení mecenášů jistě s mírou promítá do výběru prezentovaného umění. I zde je potřeba soustředit se na rovnovážný stav mezi soukromým a veřejným, na což poukazuje první studie.¹⁰⁰

3.2.3 Tržní prostředí Velké Británie

Oproti českému prostředí ve Velké Británii existuje několik institucí a organizací, které se věnují analýzám trhu a poskytují zpracovaná data pro různé části trhu. Disponují nejen přehledy o aukčním trhu, ale také o finančních pohybech galerií, dealerů a mezinárodních obchodních transakcích. Širší přehledy na státní úrovni zpracovává ACE, DCMS a ONS.

⁹⁸ HARRIS, *Private View? The Organisational Performance of 'Privateness' and 'Publicness' at an Art Gallery*, [2023].

⁹⁹ KOLBE, *The art of (self)legitimization: how private museums help their founders claim legitimacy as elite actors*, [2023].

¹⁰⁰ HARRIS, *Private View? The Organisational Performance of 'Privateness' and 'Publicness' at an Art Gallery*, [2023].

Akademický výzkum nabízí PEC, Oxford Economics a další univerzity, věnující se průzkumu jako vedlejší aktivitě. Nezávislá federace BAMF přináší kompletní zpracování analýz trhu a spolupracuje s The Art Newspaper a ArtTactic.

Britský trh s uměním se řadí mezi přední na světě. Za úspěchem stojí mnoho faktorů. Právě v Londýně se nachází nejúspěšnější aukční domy na světě a prestižní instituce jako Tate Modern. Londýn je také dlouhodobě finančním globálním centrem kombinujícím dlouhou tradici v oblasti sběratelství a existenci monarchie. Nejvyššího podílu z celkového světového umění dosáhl v roce 2008 (34 %) a nadále je zaznamenána postupná klesající tendence, kdy v roce 2023 se Velká Británie na světovém trhu s uměním podílela ze 17 % a obsadila po USA a Číně třetí pozici.¹⁰¹ Čtvrtou pozici dlouhodobě zaujímá Francie, následuje Švýcarsko a Německo.

Velká Británie se přirozeně díky svému globálnímu postavení na trhu vyznačuje velkým počtem významných akcí, které vytvářejí značnou hospodářskou činnost a dodatečné příjmy. Mezi lety 2022 a 2023 bylo pouze v Londýně uspořádáno 36 veletrhů zaměřených na výtvarné umění.¹⁰² Mezi nejvýznamnější veletrhy s globálním dosahem patří Frieze London a London Art Fair. Oba veletrhy prezentují výtvarné současné umění. Konkrétně na britské umění se zaměřuje veletrh British Art Fair. Významnou kategorií veletrhů pro britskou scénu začínajících umělců jsou The Other Art Fair pro nezávislé a Affordable Art Fair. Tyto veletrhy prezentují cenově dostupné umění a přitahují nové sběratele.

Jak bylo na začátku kapitoly zmíněno, prudký rozvoj trhu nastal po vzniku ocenění Turner Prize, což je důkazem významnosti kvalitního ocenění na trhu. Turner Prize je předávána britským umělcům galerií Tate. Její mezinárodní dosah také hovoří o tom, že britská scéna se nachází na světové špičce. Cena je významná svou věkovou neomezeností a nezřídka vzbuzuje diskusi ve společnosti svým kontroverzním výběrem často inovativních děl. Vedle věhlasné Turner Prize jsou v Británii udělovány i další ceny, které jsou specifitěji zaměřené. BP Portrait Award, který je předáván National Portrait Gallery, se zaměřuje na portrétní malbu. Jerwood Prize je série ocenění, která je udělována neziskovou organizací mladým talentovaným britským umělcům, rozdělena podle médií. Zajímavým projektem, ne však oceněním, je pravidelná přehlídka britského současného umění, která je

¹⁰¹ LATINA, *Obchod s uměním se loni nedařilo. Otazník visí i nad letoškem, říká zpráva*, [2024].

¹⁰² ARTS ECONOMIC, *The British Art Market 2023. Online*, [2024].

putovní a koná se každých pět let. Každé z těchto ocenění může zásadně pomoci umělcům v jejich kariéře.

Podstatný vliv na uměleckou scénu zastávají také média, která pravidelně informují o výtvarném umění. Z tištěných médií je pravidelně vydáván mezinárodní časopis *The Art Newspaper*, který má variantu také v online podobě. Zaměřuje se na zpravodajství a analýzy trhu. Dalším prestižním časopisem je *Frieze*, předchůdce samotného veletrhu, který nabízí recenze k výstavám, rozhovory s umělci a eseje. Mezinárodní *ArtReview* sestavuje světový přehled předních umělců. Z televizních kanálů se zaměřuje čistě na zpravodajství z kultury *BBC Arts*. Průběžně tvoří také videa o umělcích a výstavách videokanál *TateShots*.

Na britském trhu se vyskytuje spousta firem a společností, které nepřímo podporují a rozvíjí současné umění budováním sbírek a tím i své firemní identity. Ve Velké Británii se stále častěji objevují soukromá muzea, která mají na současnou uměleckou scénu silný vliv. Tato muzea zakládají samotní sběratelé a zpřístupňují tak veřejnosti své sbírky. Na poli veřejného umění a jeho fungování hrají čím dál větší roli. Tato muzea podněcují v Londýně studium vztahu kulturní filantropie a sebelegitimizace.¹⁰³

Londýn disponuje silnými a vlivnými státními institucemi. Jednou z nejvýznamnějších na poli současného umění je Tate Modern. Vliv galerie na britskou i světovou uměleckou scénu je nesmírný, přičemž její role v oblasti současného umění a mezinárodní reputace ji umisťují na vrchol mezi britskými kulturními institucemi. Důvodem je několik faktorů, mezi které patří globální vliv, rozsáhlé sbírky, inovativní kurátorství, architektura a prostory v bývalé elektrárně v Bankside, vzdělávací angažovanost a v neposlední řadě množství podporovatelů. Návštěvnost Tate Modern se pomalu blíží předpandemickému stavu a zaujímá třetí pozici mezi nejnavštěvovanějšími institucemi.¹⁰⁴ V rámci strategie Asociace muzeí s cílem zpřístupnit umění všem, do Tate Modern není u stálých expozic vstupné, což mimo jiné přispívá také k well-beingu společnosti. Dalším důležitým institutem je nezisková organizace Institute of International Visual Arts, která podporuje současné umění a rozmanitost pomocí výstav, vlastní knihovny a vzdělávacích programů.¹⁰⁵ Dalšími významnými institucemi s přesahem do vzdělání jsou Královská akademie umění a Královská vysoká škola umění. Celkově školství ve Velké Británii zahrnuje do svého

¹⁰³ ARTS ECONOMIC, *The British Art Market 2023*. Online, [2024].

¹⁰⁴ STATISTA, *Number of visitors to the Tate Modern in London from 2007 to 2023*, [2023].

¹⁰⁵ INSTITUTE OF INTERNATIONAL VISUAL ARTS, *About iniva* [2025].

vzdělávacího procesu už na základních školách umění a nabízí specializované programy zaměřené na různé kulturní obory.¹⁰⁶

Ohledně činnosti dalších organizací typu asociace ve Velké Británii funguje například The Galleries Association založená v roce 2004, která se cíleně zaměřuje na podporu mladých a nezávislých umělců formou pořádání akcí typu výstavy, edukační zájezdy a networkingové akce, kterými spojuje umělce a veřejnost a umělce s galeriemi.¹⁰⁷ Další nezávislou organizací je The Society of London Art Dealers, která funguje již od roku 1932. Organizace má 185 prověřených členů z Velké Británie a jejím cílem je sdružovat prodejce umění, přičemž klade důraz na etiku v prodeji výtvarného umění. Cílem organizace je podpořit důvěru veřejnosti v soukromé galerie a obchod s uměním. Pokud srovnáme celkový počet soukromých galerií v Londýně s počtem členů SLAD, zjistíme, že počet členů není tak vysoký. Každý člen se zavazuje k dodržování vysokých standardů a zavazuje se k respektování všech kodexů. Oproti tomu se české profesní organizace zaměřují spíše na institucionální podporu. Organizace svým členům poskytuje školení a odborná poradenství a pomáhá galeristům orientovat se v právních předpisech. Zastupuje své členy také v diskusích s vládou. SLAD je zakládajícím členem BAMF, která mimo jiné sestavuje analýzy trhu soukromých galerií. Blízké vztahy má také s FEAGA, což posiluje její roli i mezinárodně.

3.3 Typologie soukromých galerií ve Velké Británii

V prostředí Velké Británie se odráží typologie soukromých galerií od charakteru trhu. Na rozdíl od českého prostředí je vymezení jasnější a jednotlivé typy se svým zaměřením odlišují. To je způsobeno několika faktory. České galerie se zaměřují hlavně na lokální scénu¹⁰⁸ s přesahem do zahraničí, avšak londýnské galerie se pohybují na globální úrovni. Mohou si tak dovolit zaměřit se na lokální trh, konkrétní umělce, médium či na špičková jména a tvořit síť galerií nebo umění nabízet jako luxusní značku. Tržní dynamika ovlivňuje také počet galerií v regionu a svůj vliv má také historické fungování.

¹⁰⁶ KRATINOVÁ, *Porovnání britského a českého školství zejména z hlediska managementu školy*, [2012].

¹⁰⁷ THE GALLERIES ASSOCIATION, *About us*, [2025].

¹⁰⁸ Význam slova lokální je v tomto kontextu myšleno jako zabývající se domácí scénou.

Mega galerie

V Londýně se vyskytuje velký počet mega galerií. Jsou charakteristické velkým počtem poboček, které jsou rozmístěny v dalších významných metropolích světové umělecké scény jako New York, Paříž, Hongkong a další. Často jsou zřizovány i dvě ve stejném městě. Je možné sledovat trend vstupu zahraničních společností na londýnský trh nebo naopak expandování londýnských galerií do zahraničí. Galerie se vyznačují úzkou spoluprací jak mezi sebou, tak s muzei a jinými kulturními institucemi. Angažují se také na velkých aukcích a spolupracují s aukčními domy. Působí tak i na sekundárním trhu a svůj příjem diverzifikují.

Díky spolupráci s renomovanými světovými umělci a schopnosti oslovit globální publikum mohou mít vliv na komerční umělecké trendy. Podle kritika Jarryho Saltze se umělci zastoupení mega galeriemi stávají značkou a značka nahrazuje umění.¹⁰⁹ Tento typ galerií bývá spojován s jistou mírou gentrifikace.¹¹⁰ Tento negativní jev byl vyčítán například galerii White Cube.¹¹¹ Po úspěších na londýnské scéně zakládají další pobočky ve městě a nechvalně přispívají také k úpadku menších galerií, což může hraničit až s určitým monopolem trhu. Dopad institucí však není jen negativní a názory jsou různé. Galerie naopak současnému umění přispívají vydáváním významných publikací. Díky velkolepým prostorům si mohou dovolit prezentovat velkoformátová díla. Používají technologické inovace nebo se zabývají výzkumem. Zaměřují se také na současné etablované umělce s celosvětovým významem, různých národností a různých států.¹¹²

Svým fungováním a charakteristikou provozu připomínají korporaci. Například provozováním zahraničních poboček, manažerským stylem řízení a hierarchickou strukturou. Každá pozice má jasně definovanou roli a odpovědnost. Pro srovnání s českým prostředím se těmito galeriím může velikostně blížit Národní galerie v Praze.

- Hauser & Wirth
- David Zwirner
- Gagosian Gallery

¹⁰⁹ HARRIS, *Global mega-galleries are putting the squeeze on smaller operators*, [2013].

¹¹⁰ Některé mega galerie se investicemi podílejí na revitalizaci čtvrtí, ve kterých sídlí jejich pobočky. To má za následek nárůst cen nemovitostí v dané lokalitě a změně charakteru oblasti, což způsobuje například vytlačení původních komunit.

¹¹¹ BANZETOVÁ, *Vlivné galerie, díl čtvrtý: White Cube. Instituce "Lepších lidí"*, [2018].

¹¹² COATES, *The Art Gallery: Everything You Need To Know*, [2023].

- Pace Gallery
- White Cube
- Thaddaeus Ropac
- Michael Werner
- Lisson Gallery

Komerční galerie s mezinárodní působností

Galerie představují významné subjekty na poli současného umění. I když jejich počet poboček bývá menší, výstavní prostor je skromnější a oslovené publikum není v tak velkém měřítku jako u mega galerií, jejich vliv na globální umělecký trh je nezanedbatelný. Tyto galerie se zaměřují nejen na etablované umělce, ale i na emerging artists, což jim umožňuje větší kurátorskou flexibilitu a přispívá k rozmanitosti umělecké scény. Jejich programy často zahrnují prezentace také moderního umění, pop-artu a dalších směrů, čímž obohacují kulturní nabídku. Na úrovni komerčního modelu lze k těmto galeriím v českém kontextu přirovnat instituce jako Zdeněk Sklenář Gallery, Cermak Eisenkraft a Polansky Gallery.

- Opera Gallery
- Gazelli Art House
- Halcyon Gallery

Nezávislé komerční galerie

Zaměřují se na inovativní přístupy a experimentální formy umění. Často podporují mladé umělce a poskytují jim také prostor pro konceptuální projekty. Jejich vývoj dále sledují a v průběhu času je znovu vystavují. Z mladých umělců se tak stávají etablovaní umělci. Galerie pak svou dlouholetou vytrvalostí prezentuje vlastní etablované umělce, ale spolupracuje i s jinými významnými jmény. Tyto galerie nejsou součástí velkých komerčních sítí. Jsou nezávislé a budují vlastní zahraniční spolupráce. Úspěchem bývá otevření další pobočky v Londýně, případně propojení alespoň s jiným zahraničním městem menší pobočkou. Vyznačují se vysokou mírou kreativní svobody a hledáním nových směrů v umění. Oproti tomu si zakládají na kvalitním uměním, prestižních projektech s přesahem

do zahraničí a drží si tak přední místo na trhu umění. Svou vysokou profesionalitou a nezávislostí lze v českém prostředí přirovnat například k Hunt Kastner.

- The Approach Gallery
- Seventeen Gallery
- Stephen Friedman Gallery

Komerčně alternativní galerie

Jedná se o galerie, které přicházejí s originálním výstavním programem. Vybírají etablované tvůrce a umělce na začátku kariéry, tedy aktivně se angažují v procesu etablování umělců. Zaměřují se primárně na domácí scénu, ale jejich mezinárodní přítomnost spočívá ve spolupráci na výstavách nebo projektech. Galerie vytváří komunitu umělců i zájemců o umění prostřednictvím velkého množství akcí, edukačních programů nebo možnosti členství. Galerie často začínají jako seskupení umělců, které se rozroste v úspěšné galerie. Tím dokážou oslovit širokou veřejnost. Jejich výstavní prostor bývá zasazen do originálních prostorů typu bývalých průmyslových budov apod. V českém prostředí je možné nalézt tento typ galerie jako jsou The Chemistry Gallery a Trafo Gallery.

- Matt's Gallery
- Peckham Levels
- Maureen Paley

Komerční galerie typu „Luxury and Contemporary Art“

V Londýně, s jeho širokou základnou sběratelů a zájemců o umění, se nachází galerie, které se odlišují od tradičních komerčních institucí svou orientací na výběrové a kurátorsky silné současné umění. Tyto galerie se zaměřují primárně na prezentaci děl etablovaných umělců, jako jsou Banksy, Damien Hirst či Andy Warhol. Jejich výstavní prostory, často situované v prestižních lokalitách jako Mayfair, působí jako exkluzivní galerie, kde se setkáváme s uměním, které je nejen vizuálně atraktivní, ale také konceptuálně silné. Galerie se staví do pozice značky, která umění komunikuje jako životní styl. Tento přístup umožňuje galeriím oslovit široké spektrum klientů od náročných sběratelů až po jednotlivce.

- Grove Gallery

- Maddox Gallery
- October Gallery

Úzce profilované galerie

Na londýnském trhu zauímají přední pozici také galerie s velmi úzkou profilací. Specializují se na určitý typ umělců, médium, nebo na geografickou oblast. Tento typ galerií vznikl v důsledku boomu na londýnském trhu s čínskými umělci. Asijští galeristé začali otevírat pobočky galerií s čínskými umělci po celém světě. S rostoucím vlivem těchto umělců dokázaly tyto galerie zaujmout také přední pozici na trhu. V českém prostředí nenajdeme příklad mezi předními galeriemi. Dalším příkladem je galerie The Holy Art, která se specializuje pouze na digitální umění. Bez závislosti na velkých galeriích dokázala otevřít přes více jak deset poboček po celém světě se stejnou misí. Tou je prezentovat formou open calls umělce zaměřující se na digitální umění, a to jak etablované, tak emerging. V mnoha státech se tak jednalo o první a jediný koncept tohoto typu galerie, která se takto úzce profiluje na digitální médium, jako například v Řecku. Tento typ galerií s mezinárodním posláním nemá v České republice žádného zástupce.

- A.I. Gallery
- Tabula Rasa
- Bluerider Gallery
- The Holy Art

3.4 Způsob vystavování a forma umění ve Velké Británii

U předních londýnských galerií se velmi často setkáme s konceptem white cube a jeho neutrálním prostředím. Zvláštní pozornost si žádají organizace typu „mega galerie“, které operují s unifikovaným interiérem. Konkrétně Gagosian Gallery dodržuje konzistentní vybavení na všech svých projektech. Vyžadují vysoké stropy a silnou úroveň osvětlení jak přirozeného, tak umělého. Povrchové úpravy jsou velmi střídme, dokonce podlahy postrádají detaily, aby nenarušily dojem z uměleckých děl.¹¹³ Podobně megalomanským

¹¹³ GAGOSIAN GALLERY, *Caruso St John Architects*, [2025].

prostorem disponují galerie HOFA nebo Thaddaeus Ropac. I v londýnském prostředí sídlí mnoho předních galerií v historicky a architektonicky významných budovách. Jedná se o gregoriánské domy a viktoriánská sídla, která mají bohatou historii. V některých sídlily původní galerie již od konce 19. století, což podtrhuje význam sběratelství. Galerie promítají detaily architektury i do svých interiérů, což můžeme vidět například u Halcyon Gallery, Opera Gallery nebo Michael Werner Gallery. V Londýně se významné galerie koncentrují do městských čtvrtí i přes vzájemnou konkurenci, aby podtrhly svou luxusní pozici a brand na trhu. Koncentraci galerií nalezneme ve čtvrtích Mayfair, Soho, East End a South Bank.¹¹⁴

Některé velké galerie se však snaží odlišit od konkurence a prezentaci děl pojímají prodejně jiným způsobem. Například Eden Gallery, která do svých prostor zasazuje nábytek. Výstavní prostor tak evokuje luxusní obývací pokoj obklopený různými a velmi výraznými uměleckými kusy. House of Art kurátorsky experimentuje díky své nabídce, kterou rozšiřuje o digitální díla a díla generovaná pomocí umělé inteligence.

Pro londýnské galerie je jakožto lídry globálního trhu používání nových technologií zásadní. Galerie musely částečně přehodnotit své tradiční role a přístupy a reagovat na změny v kulturním prostředí, které technologie přináší.¹¹⁵ Jedním z využití je online prodej NFT. Galerie Unit spustila platformu na prodej NFT a propojila 100 umělců, kteří pracují v digitálním prostoru. Galerie David Zwirner přišla s platformou, která usnadňuje přístup široké veřejnosti k digitálnímu umění od různých galerií.¹¹⁶ Pace Gallery představila platformu Pace Verso, která podporovala umělce pracující s novými technologií. Pomáhala tak vytvářet, vystavovat a sbírat umění na jednom místě.¹¹⁷ Mega galerie používají nové technologie například k rozšíření nabídky. Dalším účelem použití je ve vystavování. Gazelli Art Gallery otevřela už v roce 2000 inovativní projektový prostor, který prezentuje tvorbu mladých digitálních tvůrců. Dále vytvořila unikátní prostor knihovny, kde si návštěvníci mohou prohlédnout vybraná díla pomocí VR headsetů a vnímat tak díla takřka bez omezení.¹¹⁸ HOFA Gallery ve spolupráci s Phillips představila na výstavě *Spaces* díla, která vytvořili roboti pomocí umělé inteligence. Projekt měl zkoumat propojení lidí a technologií v umění.¹¹⁹ V reakci na pandemii covidu-19 Hauser & Wirth přišel s řadou

¹¹⁴ MAYFAIR LONDON, *Mayfair's Art Scene In 2025: A Contemporary Analysis Of Private Galleries*, [2025].

¹¹⁵ GERE, *New Media Art and the Gallery in the Digital Age*, [2004].

¹¹⁶ ART RIGHTS, *David Zwirner launches the online platform Platform*, [2021].

¹¹⁷ PACE GALLERY, *Explore our platform for minting, exhibiting, and collecting NFTs*, [2022].

¹¹⁸ GAZELLI ART HOUSE, *A Space for Digital Art*, [2021].

¹¹⁹ FARRANT, *Culture Art London's HOFA Gallery and Phillips launch 'SPACES' exhibition: A celebration of technology and art*, [2024].

výzkumných projektů pod názvem ArtLab. Jednalo se umělecko-technické projekty, z nichž jako první představil nástroj virtuální galerie.¹²⁰ Co se týče online prodeje, ani v londýnských mega galeriích není online prodej standardním nástrojem.

Některé úspěšné londýnské galerie se snaží distancovat od konceptu white cube. Z pravidla se jedná o galerie, které se zaměřují na mladé začínající talenty, a na umění typu performance, digitální a nová média. Například Banner Repeater se nachází přímo na nástupišti vlakového nádraží, Crypt Gallery našla svůj prostor v kryptě pod kostelem a vytváří dialog mezi velmi starou architekturou a novými díly. Safehouse 1 a 2 poskytují prostor samotným umělcům ve zchátralých viktoriánských domech. Mohou zde instalovat svá díla v autentickém prostředí. Inovativním místem je The Old Police Station, které se nachází v bývalé policejní budově a vystavuje současná díla přímo v celách.

3.5 Trh se současným uměním a londýnská současná scéna

Britský trh současného umění je velmi dynamický a od roku 1990 prošel několika změnami. Do dnešní podoby se formoval čtyřicet let. Od počátečního boomu v 80. letech až po digitální transformaci 21. století. V bodech budou uvedeny hlavní trendy rozdělené na jednotlivé dekády, které britský trh se současným uměním postupně formovaly. Tyto trendy jsou českému trhu s uměním vzdálenější, avšak mohou přinést inspiraci pro rozvoj. Je také zajímavé sledovat chování tak dynamického trhu.

Spekulativní bublina: začátek 90. let

Na konci 80. let zažil trh s uměním spekulativní bublinu poháněnou japonskými investory, což způsobilo prudký pád cen současného umění na začátku 90. let, zejména u impresionistických a postimpresionistických děl. Například v roce 1987 zakoupila japonská pojišťovna Yasuda Fire & Marine Insurance Co. Van Goghovy *Slunečnice* za 39,4 milionu USD, což byl v té době nejvyšší dosažený aukční výnos. Poté došlo k prudkému poklesu cen umění, u impresionistických děl o více než 50 %, což vedlo k výraznému poklesu poptávky a cen na trhu s uměním. Nastalo období korekce cen ze strany Christie's a Sotheby's. Tyto aukční domy se zaměřily na kvalitní díla od etablovaných umělců a rozšířily nabídku o méně spekulativní oblasti, jako jsou porcelán, stříbro, koberce

¹²⁰ STERLING, *All surviving art is internet art now*, [2020].

a nábytek, které vykazovaly stabilnější poptávku a ceny.¹²¹ Možná proto se londýnský aukční trh těší dodnes oblibě většího zastoupení položek tohoto druhu. Velké galerie se snažily stabilizovat pozice velkých umělců a pro malé galerie bylo jistější soustředit se na mladé nastupující talenty.¹²²

Růst trhu se současným uměním: pozdní 90. léta

Díky přílivu nových sběratelů z finančního a technologického odvětví došlo k oživení trhu se současným uměním. Klíčovým faktorem se stal vzestup umělců, kteří stírali hranici mezi uměním a provokací. Volné seskupení tvořené Damienem Hirstem, Tracy Emin, Marcem Quinnem a dalšími začali produkovat díla, která se vyznačovala provokativností, kontroverzností a použitím netradičních materiálů. V kombinaci se schopností samopropagace, skupinovými výstavami, silné orientace na trh a podpory vlivného sběratele Saatchi, se Londýn dostal na přední pozici trhu se světovým uměním.¹²³ Umělce ve svých aktivitách podpořila galerie White Cube. Rostoucí sílu trhu významně podpořil nástup veletrhů – Frieze Art Fair a mimo Londýn Art Basel, čímž se snížil vliv aukčních domů.¹²⁴

Globalizace: 2000

Celosvětový prudký nárůst zájmu o současné umění proudící ze Středního Východu, Ruska a Číny způsobil příliv financí a sběratelů na západní evropský trh, čímž zvýšil poptávku. Souběžně s ekonomickým růstem Číny rostly také ceny děl čínských umělců jako Ai Weiwei. Aktivita na trhu vedla opět k volatilitě trhu a následné korekci cen. Čínské umění zůstalo i přesto důležitou částí trhu.¹²⁵ Je potřeba zmínit, že na přelomu tisíciletí začal na trh působit vliv internetu a už v roce 1999 experimentovala Sotheby's se spuštěním vůbec první online aukce.¹²⁶

¹²¹ HUGHES, *Art: The Great Massacre of 1990*, [1990].

¹²² CLEO VON LUTTICHAU, *Contemporary Art Market Trends from 1990 – Present*, [2025].

¹²³ AIDAN, *Locating Art Worlds: London and the Making of Young British Art*, [2025], str. 251–263.

¹²⁴ CLEO VON LUTTICHAU, *Contemporary Art Market Trends from 1990 – Present*, [2025].

¹²⁵ Tamtéž.

¹²⁶ NICKELL, *Art Auction Gold Rush*, [1999].

Finanční krize: 2008

Poté co aukční domy dostaly pod kontrolu ceny současného umění, s nástupem finanční krize nastal propad celkového trhu s uměním, což vedlo k opatrnému přístupu investorů. I přesto se udržela poptávka po významných světových umělcích a stabilní sběratelé s vysokým jměním stále považovali současné umění za prostředek k ochraně před inflací.¹²⁷

Digitální transformace: 2010

Rok 2010 byl přelomovým co se týče přílivu digitálních technologií. Do provozu byly uvedeny první online platformy (Artsy, Artnet), které nabízely možnost nákupu umění online. Reagovaly také aukční domy a umožnily zapojení do aukcí zájemcům z jiných zemí a začaly také spolupracovat s online prodejními platformami jako eBay a Amazon. Christie's zavedl využívání blockchainu pro zvýšení transparentnosti a autenticity vydražených děl. Nástup Instagramu a možnost bezprostředního sdílení tvorby umělců zvýšil opět zájem o současné umění. Na scénu přichází tzv. ultra současní umělci, kteří dosáhli velkých úspěchů v mladším věku. Dále přichází na trh digitální sběratelé, kteří nakupují NFT. S vlnou přichází další spekulativní bublina a dosud nejdražší prodané dílo NFT za 69,3 milionu dolarů přes společnost Christie's. Vedle digitální revoluce na trhu s uměním si nadále upevňují svou pozici na trhu soukromé privátní galerie a po úspěších v Londýně si otevírají další pobočky.¹²⁸

V roce 2015 vyšel průzkum, který poukazoval na to, že 90 % samostatných výstav mega galerií v letech 2007 až 2013 bylo věnováno stejným umělcům.¹²⁹ To dokládá, že s mega galeriemi se váže problematika monopolu, se kterou se londýnský trh potýkal.

Vliv pandemie a Brexitu: 2020

Pandemie měla celosvětový dopad na globální trh s uměním a přesměrovala nejen soukromé galerie, ale i aukční domy a veletrhy do online prostoru. Virtuální prohlídky výstav, online aukce a online prodejní platformy, to vše vedlo k soustředění se na digitální sběratelství. Po počátečních obavách se trh začal rychle zotavovat. Objevil se také nový trend zaměřený na diverzitu. Sběratelé obrátili svou pozornost na dosud málo propagované umění, černošské

¹²⁷ CLEO VON LUTTICHAU, *Contemporary Art Market Trends from 1990 – Present*, [2025].

¹²⁸ Tamtéž.

¹²⁹ VIVEROS-FAUNÉ, *From Gallery to Mega-Gallery and Back: A (Short) History*, [2022].

a ženské umělkyně. Mladí sběratelé nastavili trend investování do digitálního umění, street artu a společensky orientovaného umění.¹³⁰

Ohledně Brexitu panují dva pohledy na dopad na londýnský trh. Zejména média psala o negativním vlivu na umělecký trh, avšak z pohledu galeristů dopady nebyly tak silné.¹³¹ Navíc souběžně na trh působil dopad pandemie, především nejistota investorů. Brexit však mohl omezit obchodování s uměním z důvodu změn podmínek pro dovoz a vývoz a náročnější administrativy. Význam Londýna je mimo jiné postaven také na přílivu nových děl k prodeji a během deseti let se dovoz prokazatelně snížil.

Současnost

Celkové tržby za prodané umění a starožitnosti klesly v roce 2020 na 9,9 miliardy dolarů, což představovalo nejnižší úroveň za posledních deset let. Nadále trh zaznamenává postupné oživení. V roce 2021 dosáhl 15 % (11,4 miliardy dolarů) a v roce 2022 vzrostl o dalších 5 % (11,9 miliardy dolarů). V roce 2023 však tržby opět klesly o 8 % na 10,9 miliardy dolarů. Britský trh ve světovém měřítku tvořil v roce 2022 12 %, avšak v roce 2023 stoupl na 17 %. Podle Art Basel celkový světový trh s uměním meziročně poklesl o 4 %. Stále je však zaznamenán pokles dovozu děl na londýnský trh, meziročně z 2,8 miliardy dolarů na 2,5 miliardy dolarů v roce 2023.¹³²

Již v roce 2023 britská vláda reagovala na vzestup umělé inteligence. Navrhla režim, který stanovil základní charakteristiky toho, jak ji využívat tak, aby nepoškodila trh s uměním, a zároveň aby nebránila rozvoji inovací ve Velké Británii. Jejím cílem je stát se globální velmocí umělé inteligence, tzv. „AI Superpower“. Co se týče nových technologií, trh s uměním nadále ovládají z 98 % galerie výtvarného umění a NFT dále klesají od počátečního boomu. Avšak ve světovém měřítku v roce 2023 mírně vzrostly na 16 %.¹³³

Britský trh v poslední době zaznamenává zájem o ultra současné umělce, kteří nastavují současné trendy a tvoří dynamiku trhu. Velký zájem vzrostl také o díla menšin a žen. Významná část prodejů se pohybovala za méně než 1 000 dolarů, což vypovídá také o přílivu mladých sběratelů. Na druhé straně stále převládají tradiční díla s hodnotnými cenami. Tržby veřejných aukcí meziročně klesly o 12 %. V roce 2023 činily 3,1 miliardy dolarů, přičemž

¹³⁰ CLEO VON LUTTICHAU, *Contemporary Art Market Trends from 1990 – Present*, [2025].

¹³¹ WILLIAMS, *Analysis of the London Art Market*, [2023].

¹³² THE ART BASEL, *Art market report 2024*, [2024].

¹³³ Tamtéž.

dominovalo výtvarné umění. Konkrétně současné umění tvořilo 16 % aukčního trhu.¹³⁴ Ze světového hlediska je současné umění druhým největším segmentem prodávaným na aukčních trzích. V rámci celkových aukčních tržeb si Velká Británie udržela třetí pozici na světovém aukčním trhu.

Konkrétní data o britském trhu zpracovává TBAMF. Poslední zpracovaná data se vztahují k roku 2022. Pro představu charakteru trhu to bude dostačující. Například až dvě třetiny prodejců a galerií orientujících se na výtvarné umění, se aktivně podílí na procesu etablování a podpoře kariéry současných britských umělců. Z toho jedna třetina se věnuje čistě primárnímu prodeji a až polovina se pohybuje na primárním i sekundárním trhu. Každý z obou skupin prodejců průměrně zastupoval třicet umělců. Bylo vysledováno, že ve velké míře prodejci a galerie zastupují spíše menší počet umělců. Komerční zisk z prodeje děl těchto umělců znovu investují do jejich kariéry. Až 34 % tržeb pocházelo z prodeje nejpopulárnějšího umělce a 48 % z jejich třech nejlepších. To znamená, že téměř polovina zisku pochází pouze z 10 % zastupovaných umělců. Ostatní umělci generují nižší tržby, ale přesto jsou pro zisk podstatnou skupinou generující příjem. Současně však potřebují výraznou podporu ve formě marketingu, výstavnictví a v tvorbě.¹³⁵

Obecně příliv nových a mladých galeristů podporuje důvěru v trh. Jejich zaměření sahá od avantgardních umělců po nové talenty, což je důkazem odolnosti celého ekosystému, který navíc přilákává další sběratele, umělce a kulturní komunity z celého světa. Londýn je také stále cílem asijských sběratelů. I přes existenci velkých mega galerií je podle galeristů vitalita trhu mnohem větší, než se ve skutečnosti zdá být.¹³⁶

Londýnská scéna se pohybuje jak na lokální, tak globální úrovni. Díky svému světovému trhu přitahuje špičkové umělce z celého světa a je základnou pro jména jako Jeff Koons, Ai Weiwei, Yayoi Kusama, Anish Kapoor, Marc Bradford, Marina Abramović, Tania Bruguera a mnozí další. Ve Velké Británii působí také britští umělci, kteří jsou silně spjati s Londýnem jako Damien Hirst, Tracy Emin, Sarah Lucas, Antony Gormley, Tacita Dean, Veronica Ryan nebo Jesse Darling. U těchto významných umělců můžeme najít angažovanost v silných a konkrétních sociálních a společenských tématech. Umělci reagují na témata jako identita, kolonialismus, gender, klimatické změny, násilí na černošských ženách či nové technologie. Otevírají nové diskursy a burcují diskusi v publiku. Současná

¹³⁴ Data z roku 2022 zpracovaná TBAMF.

¹³⁵ ARTS ECONOMICS, *The British Art Market in 2023*, [2024].

¹³⁶ WILLIAMS, *Analysis of the London Art Market*, [2023].

scéna je mediálně velmi rozmanitá. Vyznačuje se instalacemi a site specific projekty, konceptuální malbou, objekty a sochami (často z experimentálních materiálů), videoartem, digitálními médii, textilním uměním, multimédií a interaktivním uměním.¹³⁷

Jiný pohled na současné britské umění nabídla série na sobě koncepčně nezávislých výstav díky Galerii hlavního města Prahy. První se konala v letech 1998, kdy zachycovala umělce z generace YBAs. Druhá v roce 2004, kdy se snažila představit současné britské umění vztahující se ke kritice recepce času. Poslední přehlídka s názvem *London Twelve* se distancuje od konceptu, zařazení, třízení a od elitních umělců a řídí se nahodilostí. Postoj kurátora k výstavě formuje různorodou přehlídku, která se nahodile sbíhá v tématu neuchopitelné dnešní reality. Podle kurátora výstavy současná londýnská scéna nezapadá do žádné školy či skupiny. Je rozmanitá, dynamická, stejně jako trh s uměním. Kulturní změny, technologie a vyspělé centrum umění umožnily umění nejen tvořit, ale také zkoumat. Umělci v dílech zkoumají identitu, melting pot v protikladu s přírodou a městem. Používanými médii jsou malba, performance, video i assembláž. Někteří se věnují novému pojetí abstraktní malby, nebo vznikají jedinečná díla, která by bez nových technologií nevznikla a jiná díla odkazují zase na historii. Výčet jmen pojednává o rozmanitosti Londýna a byli vybráni následující: Douglas White, Penny Lamb, Oliver Marsden, Paul Housley, Neil Gall, Dan Soombs, James Capper, Matthew Burrows a další.¹³⁸

3.6 Základní charakteristika londýnských sběratelů

V následující části je popsáno nákupní chování a vztah sběratelů k současnému umění na londýnském trhu. Přehled vychází z dat roku 2023 a zpracoval jej Art Basel, přičemž majoritní skupinou respondentů byli z 53 % Američané následovaní Brity s podílem 20 %. Participace zahraničních sběratelů na londýnském trhu je vysoká.

Z demografických údajů vyšlo najevo, že již třetím rokem ženy investují do umění více než muži. Jejich průměrně vynaložená částka činila 72 500 dolarů. Byly také shledány rozdíly mezi generacemi v zájmu o různá média. Generace X investovala nejvíce do maleb a děl na papíru, zatímco mladší sběratelé z řad mileniálů utráceli raději za sochy, fotografie, instalace a video. Sběratelé z generace Z se potvrdili jako důležitá část nových sběratelů, kteří utrací nejen za grafiky, ale také za digitální umění.

¹³⁷ POOKE, *Contemporary British Art: An Introduction*, [2012].

¹³⁸ MALÁ, CLARKE, *London Twelve: současné britské umění*, str. 6-9, [2012].

Jako motivaci k nákupu uvedli sběratelé nejčastěji budování sbírky a vybavení domácnosti uměleckými díly. Polovina sběratelů pak uvedla, že chce podpořit umělce nebo najít inspiraci. Třetina respondentů uvedla, že umění nakupuje jako investici, což představuje nárůst o 6 % oproti roku 2022. To vypovídá o tom, že umění celosvětově představuje stabilní alternativu investice i v době ekonomické nestability.

Typy preferovaného umění jsou obdobné jako v České republice. Drtivá většina nakupuje malbu (94 %), pak grafiku a tisky (56 %). Socha a keramika mají dokonce stejnou váhu (57 %) a následuje fotografie (43 %).¹³⁹ Sběratelé obecně utratili méně za digitální díla. Z celkových výdajů tvořilo digitální umění 3 %. Konkrétně zastoupení NFT v jejich sbírkách kleslo z 13 % na 8 %.

Ve způsobu nákupu převažuje i po pandemii covidu-19 osobní nákup. Až 84 % sběratelů nakoupilo v galerii. Kromě toho až polovina se obrátila na veletrh umění a tři čtvrtiny na aukci. I přesto, že se trh vrací na předpandemickou úroveň, sběratelé nadále s oblibou využívají online platformy pro nejen nákup, ale i objevování děl. Pro naprostou většinu představuje klíčovou součást cesty k tvorbě sbírek. Na prodej v online prostoru se váže problematika uveřejnění cen. Více než polovina sběratelů uvedla, že hlavní faktor, který jim brání v online nákupu je to, že jsou ceny netransparentní. Trendem v Londýně je využívat na nákup děl půjčky. Až 43 % respondentů uvedlo, že někdy v minulosti či v daném roce využilo těchto finančních služeb. Sběratelé také navštěvovali menší počet akcí spojených s uměním než před pandemií, avšak do budoucna by to rádi změnili. Celkový pohled ohledně výkonnosti trhu s uměním v následujících šesti měsících vnímá tři čtvrtiny dotázaných optimisticky, což bylo o dva procentní body více než optimistický názor na akciový trh.¹⁴⁰

3.7 Komparace prostředí České republiky s Velkou Británií

Vývoj galerií v České republice a Londýně byl silně ovlivněn historickými a politickými faktory. V České republice vznikaly soukromé galerie až po roce 1989 jako reakce na pád komunistického režimu, přičemž se potýkaly s nedostatkem zkušeností a důvěry veřejnosti s trhem umění. Omezenost režimu silně ovlivnila také umělce, kteří museli tvořit v uzavřeném prostředí, jak vůči zahraničí, tak domácí scéně, vyjma období normalizace.

¹³⁹ Respondenti byli požádáni, aby vybrali více než jednu kategorii. Tímto způsobem může součet procent překročit 100 %.

¹⁴⁰ THE ART BASEL, Press Release. [2023].

Galerie jako MXM a Via Art se soustředily na podporu mladých umělců a mezinárodní spolupráci, ale stále měly problémy s udržením stabilního komerčního modelu. Po prvních neúspěších přichází na český trh dnešní galerie až po roce 2000. Naopak v Londýně, kde již během 20. století vznikly tradiční galerie jako White Cube a Lisson Gallery, se rozvinul silný a stabilní trh s uměním. Tyto galerie hrály klíčovou roli v globalizaci a v etablování Londýna jako jednoho z hlavních světových center umění. V 90. letech se londýnský trh ještě posílil díky příchodu mega galerií jako Victoria Miro a později Gagosian a Hauser & Wirth, které však ovlivňovaly menší galerie zaměřené na inovativní a experimentální přístupy.

Ve Velké Británii existuje stabilní systém státní podpory kultury, zejména prostřednictvím Národní loterie a Arts Council England, která každoročně poskytuje významné granty přednostně neziskovým organizacím. V České republice je podpora státu nestabilní, avšak od roku 2025 se její podmínky podpory mění, přičemž byl akvizičnímu fondu přiznán velký význam. Využívat jej však můžou ziskové i neziskové subjekty. I přes výzvy jako Brexit a pandemie covidu-19 roste v Londýně počet soukromých galerií. Oproti tomu v České republice jejich počet poklesl. Návštěvnost galerií v obou zemích se stále nevrátila na předpandemickou úroveň, přičemž v České republice mají soukromé galerie v součtu vyšší návštěvnost než Národní galerie v Praze. Tate Modern naopak patří mezi jednu z nejnavštěvovanějších galerií v zemi. V obou oblastech domácnosti preferují výdaje na koncerty, knihy a divadlo před galeriemi. Pohled na definici a role soukromých galerií je v České republice i ve Velké Británii stejný, avšak v Londýně se zabývají důležitostí společenského přesahu soukromých galerií.

Trh s uměním v České republice je stále méně zmapovaný, s nedostatečnými údaji o soukromých prodeích a omezeným přístupem k veřejným datům, přičemž aukční trh je jediným a pouze orientačním ukazatelem. Český trh je konzervativní a mezi sběrateli panuje nedůvěra vůči současnému umění, což je částečně způsobeno krátkou existencí soukromých galerií. Výzkum o médiích v České republice ukazuje, že v odborných médiích chybí pravidelný obsah o současném umění, zejména informování o mladých umělcích a nezávislých projektech je velmi omezené. Naopak ve Velké Británii existuje robustní systém analýz trhu, přičemž poskytují podrobné přehledy nejen o aukcích, ale i prodeích soukromých galerií a mezinárodních obchodních transakcích. Britský trh je stabilní, Londýn dominuje světovému umění díky silným aukčním domům, prestižním institucím jako Tate Modern a významným uměleckým veletrhům. Londýnský trh také podporují profesní

asociace jako The Society of London Art Dealers (SLAD) a The Galleries Association, které budují dlouhodobě důvěru v soukromé galerie a pomáhají zvyšovat reputaci trhu s uměním, což je v České republice v počátcích. Zatímco u nás chybí silné profesní organizace a veletrhy zaměřené na současné umění, Londýn těží z dlouhé tradice mecenášství, uznávaných ocenění jako Turner Prize a silných profesních asociací, které podporují růst trhu a sběratelskou základnu.

Český trh s uměním je méně diverzifikovaný než v Londýně. V České republice převažují galerie s dlouholetou tradicí nebo komerčním zaměřením, které se soustředí na etablované umělce a zachování tradice sběratelství. Některé galerie mají za cíl progresivní přístup k mladým umělcům a novým médiím. Zahraniční vliv je velmi omezený. Londýn nabízí širší spektrum galerií, včetně mega galerií s pobočkami po celém světě a silnou mezinárodní působností, které dominují trhu a spolupracují s aukčními domy a muzei. Londýn má také více nezávislých galerií, které se zaměřují na experimentální umění, podporu emerging artists, nebo úzce profilovaných předních galerií, například na digitální umění, což v České republice není běžné. Londýnský trh tedy vykazuje větší rozmanitost a širší globální propojení než český.

V České republice i Londýně převládá koncept white cube charakterizovaný neutralitou a minimalistickým prostředím. V Londýně je však tento přístup rozšířen konkrétně v mega galeriích, které mají unifikované prostory a vysoké standardy pro osvětlení a design. Londýnské galerie často sídlí v historických budovách, ale i v industriálních prostorech, kde kladou důraz na architekturu, což v České republice není běžné. I když některé české progresivní galerie vyhledávají neobvyklé prostory, možnosti galerií jsou omezené. Londýn také ukazuje větší integraci moderních technologií, jako je online prodej NFT, VR prohlídky nebo projekty zaměřené na umění generované umělou inteligencí, což v České republice není standardní praxí.

I přesto, že je český trh stále ve fázi vývoje, vykazuje tendence k růstu. Jeho zaměření je zejména na domácí scénu. Kvůli nedostatku dat existuje pouze přehled o aukčním trhu, který zůstává zaměřen na tradiční umění 20. století s minimálním zastoupením současného umění. Trh není atraktivní pro zahraniční sběratele, kteří se zaměřují pouze na starší díla. Naopak britský trh s uměním je mnohem dynamičtější a globalizovanější, s pravidelnými změnami a rozvojem, jak ukazuje nástup digitálního umění. Londýn se vyvinul v globální centrum pro současné umění podporované významnými aukčními domy, galerijními sítěmi a mezinárodními veletrhy. Britský trh prošel významným rozvojem díky globalizaci,

digitální transformaci a vlivu nových technologií, jako jsou NFT a online platformy. Spekulativní bubliny vehnaly na aukční trhy položky různých druhů a také ve větší míře současné umění. V České republice stále přetrvávají spíše menší a lokální trendy.

Česká republika disponuje menší, ale stabilní základnou sběratelů. Vlastnosti sběratelů v Londýně se značně liší. V Londýně jsou to naopak ženy, kdo nejčastěji investuje do umění. Obecně ve Velké Británii je trh dynamičtější s vysoce rozvinutým online prodejem a silným zastoupením mladších generací sběratelů, včetně generace Z, která investuje i do digitálního umění. Investice do umění se jeví v obou zemích jako stabilní alternativou investice. Pro nakupování děl volí většina londýnských sběratelů a zájemců přímo galerie, což je v případě českých sběratelů až třetí možnost. To vypovídá o nedostatečném pochopení významu soukromých galerií v českém prostředí. Za zcela důležité je pro britské prostředí možnost online nákupu, která je v České republice až na výjimky překážkou. V obou oblastech je problémem netransparentnost cen v galeriích. Ve Velké Británii i v České republice převažuje malba a další tradiční média, avšak v Londýně je širší rozmanitost médií. Motivem pro nákup na londýnském trhu je kromě budování sbírky vybavení domu, což je faktor nákupu, který má u Čechů jednu z nejnižších priorit.

4 KOMPARACE VYBRANÝCH SOUKROMÝCH GALERIÍ

Analýza typologie soukromých galerií obou zemí ukázala, že v Londýně se nachází významný počet galerií. Jejich zaměření je rozmanité a často úzce profilované. České prostředí galerií není tolik rozmanité a postrádá síť galerií. Často sdílí podobné cíle, poslání a zaměření na etablované umělce. Zaměřují se převážně na domácí scénu a snaží se o prosazování umělců v zahraničí, přičemž napojení na mezinárodní prostředí je omezené. Galerie v Londýně mají naopak větší prostor se vymezit. Typy jako mega galerie, komerční galerie s mezinárodní působností a úzce profilované galerie na českém trhu zcela chybí právě proto, že jsou charakteristické pro globální trh.

Následující komparace galerií se zaměřuje z důvodu uzavřenosti trhu a nemožnosti sdílet interní informace pouze na veřejně dostupné informace. Cílem je reflektovat, jakým způsobem se galerie prezentují v online prostoru a oproti tomu, jak jsou vnímány ze strany veřejnosti. Komparováni jsou zástupci, a sice vždy jeden z vybraného typu galerie z českého prostředí a k němu je vybrán zástupce londýnského typu, který se svými cíli a zaměřením blíží nejvíce. V českém prostředí nebude do komparace zařazený typ klasického modelu galerie s tradicí sběratelství, protože se nezaměřují čistě na současné umění. Naopak z londýnského prostředí není možné komparovat galerie z typů mega galerie, komerční galerie s mezinárodní působností a úzce profilované galerie. V závěru kapitoly jsou zhodnoceny přístupy z českého a londýnského prostředí ke komunikaci směrem k publiku a sběratelům.

Následující tabulka představuje komparační rámce, které slouží k analýze konkrétních kritérií a pomáhají hledat odpovědi na zkoumanou problematiku. Zahrnuje zkoumaná kritéria, z nichž některá jsou řízena galeriemi a některá jsou vedlejším efektem komunikace, jako nepřímé PR, earned media a veřejné mínění. Zjištěné informace jednotlivých kritérií jsou zaznamenány do přehledné tabulky, která je uvedena v příloze této práce, a následující text zpracovává zjištěné informace pro následnou komparaci.

Tabulka 1 Komparační otázky (zdroj: autorka)

KATEGORIE	OTÁZKY PRO ANALÝZU	CÍL KOMPARACE
Mediální viditelnost	<i>V jakých médiích se galerie objevuje? Jak často a v jakém kontextu a kdo za galerii vystupuje?</i>	Zmapovat veřejný obraz galerie.
Nástroje PR komunikace	<i>Jaké nástroje galerie používá (tisk, newslettery, soc. sítě, videa)?</i>	Sledovat rozsah a kvalitu komunikace.
Publikační činnost	<i>Jaká je povaha publikační činnosti? Jak často vydává a jaká je kvalita publikací?</i>	Posouzení akademické činnosti.
Edukační činnost	<i>Existují aktivity v edukační činnosti? Jaké a jak často?</i>	Určit míru zapojení do edukace veřejnosti nebo sběratelů.
Spolupráce a partnerství	<i>Jsou partneři prezentováni? Jaká je forma spolupráce?</i>	Posoudit míru spojení kultury a byznysu.
Události	<i>Organizuje galerie akce? Jaká je četnost a povaha akcí?</i>	Určit zapojení publika nebo sběratelů do činnosti galerie nebo vytváření komunity.
Zacílení na sběratele	<i>Jak galerie komunikuje prodej a vztah ke sběrateli? Na jaký typ sběratele cílí?</i>	Určit míru transparentnosti tržních aktivit.
Prodejní strategie	<i>Jakým způsobem nabízí svá díla? Jsou ceny veřejné? Jak vysoké jsou ceny děl?</i>	Představa o způsobu prodeje.
Zahraniční aktivity	<i>Jsou galerie aktivní na mezinárodních platformách nebo veletrzích? Jaké umělce si vybírá?</i>	Porovnat otevřenost vůči globálnímu trhu.
Vizuální identita a styl komunikace	<i>Jak galerie mluví se svým publikem a jak vypadá jejich identita?</i>	Posoudit srozumitelnost a atraktivitu.
Reakce publika a kritiků	<i>Existují recenze, komentáře, zapojení na sociálních sítích?</i>	Zhodnotit komunikaci galerie k publiku a dopad na veřejné mínění.

4.1 Komerční galerie a komerční galerie typu „Luxury and Contemporary Art“

Londýnský model „Luxury and Contemporary Art“ sice nemá v českém prostředí zástupný typ, avšak podobnosti jsou shledávány s konkrétní galerií z typu komerční galerie, konkrétně DSC Gallery. Vyznačuje se až „uměleckou značkou“ a sídlí kousek od ulice Pařížská. V České republice nemá přímou konkurenci. Oproti tomu v Londýně je tento segment galerií velmi oblíbený a početně silně zastoupený.

4.1.1 DSC Gallery

Jednou z předních soukromých galerií v České republice je DSC Gallery s dlouholetou působností v Praze od roku 2009. Galerie byla založena dvojicí galeristů Olgou Trčkovou a Petrem Šecem. Do popředí české scény současného umění se galerie dostala nejen díky výstavnímu programu s etablovanými umělci, ale také kontroverzními projekty a silným dosahem vůči veřejnosti.

Cílem galerie je představovat na domácí scéně české a zahraniční umělce etablovaných jmen. Na české scéně spolupracuje nebo přímo zastupuje třicet osm umělců, z nichž čeští zástupci zaujímají nejvyšší příčky žebříčku Art Indexu. Pro diverzitu výstavního programu spolupracuje také se zahraničními kurátory a do českého prostředí přináší zahraniční umělce na významně etablované úrovni. Galerie podporuje své výstavy pořádáním komentovaných prohlídek a vydáváním katalogů, avšak na publikaci knih se nezaměřuje. Účast na veletrzích je jednou z dalších aktivit, například v roce 2024 se zúčastnila Positions Art Fair v Berlíně. Galerie neuvádí veřejně své partnery. Co se týče projektů, spolupracuje s designovými firmami a lifestyle značkami, konkrétně spjatými se zakladatelkou galerie. Může se jednat i o jistou formu komodifikace uměleckých motivů, avšak ne v pejorativním smyslu, ale v zakázkové výrobě. Galerie pořádá pro veřejnost netradiční eventy podpořené prestižními VIP akcemi (například s Vogue) na téma, jak rozšiřovat svou sbírku umění apod. Svoji eleganci a luxusní značku galerie potvrzuje minimalistickým vizuálem s neutrálními barevnými tóny. Na webových stránkách je možné přihlásit se k odběru newsletteru, ve kterém informuje o novinkách týkajících se galerie.

Pohled Art Facts řadí galerii do TOP 10 000 globálních galerií a TOP 10 v České republice. Podle platformy galerie dosud uspořádala sedmdesát šest výstav a zúčastnila se devíti veletrhů, což vypovídá o tom, že veletrhy nejsou jedním z hlavních cílů. Potvrzuje se zaměření na etablované umělce z domácí i zahraniční scény. Jejich oblast působení je z různých regionů světa a soustředí se převážně na muže středního věku a na starší umělce a umělkyně nad čtyřicet let. Jedním z umělců, kteří se dokonce řadí do světového žebříčku TOP 100, je Wim Delvoye, jenž vystavoval s Damienem Hirstem. Jako typ zaměření na médium uvádí Art Facts Street Art, Painting a Ultra-současné umění. Autorkou práce byl doplněn také typ konceptuální a neokonceptuální umění.¹⁴¹

¹⁴¹ ART FACTS, *Dvorak Sec Contemporary*, [2025].

Zmínky o galerii jsou časté v odborných médiích, a to převážně informovaností o výstavách. V mainstreamových médiích najdeme spíše rozhovory s Olgou Trčkovou, jejími pracovními partnery a s umělci galerie. Příspěvky pracovníků galerie většinou komunikují umění jako styl či osobní značku a možnost k investicím. Galerie je označovaná také v různých platformách. Pravidelné místo má v online magazínech zaměřených na luxusní značky a niche segment. Konkrétní kritika se neobjevuje až na vybrané výstavy umělců či projektů. S galerií se totiž pojí nejen kontroverzní umělci, ale také některé projekty jako Art Lovers Academy. Mimo činnost galerie se navíc zakladatelka Olga Trčková věnuje edukaci na Vysoké škole ekonomické v Praze a v minulosti také organizovala kurzy pro sběratele.

Komunikace na sociálních sítích je pravidelná a má informativní a vizuální charakter. Používá odborný jazyk, který je zároveň srozumitelný pro široké publikum, a výrazné osobnosti v čele galerie. Obsah působí, že má strategii a místy je lehce provokující. Působí tak, že umění je něco dostupného a může sběratelům vytvářet self brand. Samotní zaměstnanci galerie pracují na svých profilech a drží podobnou komunikační linku se širokou základnou sledujících. Na sítích je publikum často informováno o Art Trips a o projektech galerie. Mimo jiné poslední nejnovější projekt se zaměřuje na objevování mladých talentů. Newslettery však bývají odesílány minimálně.

Cíle a poslání jsou tak mnohem širší, než prezentují na svých webových stránkách. Tím je představení mladých talentů, zahraniční výjezdy za poznáváním umělců, edukace mladých sběratelů a edukační aktivity na vysoké škole. Z výše uvedeného vyplývá, že galerie cílí na mladé sběratele, na druhou stranu jejich stabilní základnou jsou zkušení sběratele a investoři do umění v uzavřeném kruhu. Oproti tomu recenze návštěvníků občas zmiňují neosobní přístup a to, že se při návštěvě galerie necítili být vítáni. Tomu přispívá také bariéra na vstupu, kdy je potřeba při příchodu použít zvonek. V prostoru sociálních sítí však hovoří otevřeně. Nesoulad působí, že galerie je otevřena pouze určitému okruhu lidí. Na druhou stranu doplňuje českou současnou scénu o pravidelné výstavy, kde představuje etablované zahraniční umělce. Navíc díla, která vybírá, jsou vizuálně velmi výrazná. Galerie drží hlavně komerční strategii, sběratelům nabízí etablované umělce a prezentuje se s náznakem luxusní galerie. Ačkoliv práce galerie je velmi kvalitní a přináší na český trh zajímavé zahraniční umělce, jejich otevřenost neodpovídá skutečnému přístupu k veřejnosti, což může evokovat dostupnost umění pouze pro určitý okruh lidí. Tento přístup může být kontraproduktivní při oslovování nových zájemců o umění.

4.1.2 Eden Gallery

Londýnská Eden Gallery byla založena v roce 1997 Cathiou Klimovsky. Je součástí globální sítě high-end galerií, která se zaměřuje na současné umění s barevným nádechem. Galerie si zakládá na luxusní značce. Sídlí v historické budově v prestižní londýnské čtvrti Mayfair. Rozkládá se na čtyřech podlažích, kde pravidelně pořádá výstavy a akce zaměřené na díla renomovaných mezinárodních umělců. Prostor je dokonce vybavený vybraným nábytkem a doplňky, které navozují pocit luxusního obývacího pokoje.

Cílem Eden Gallery je vytvářet ideální prostředí pro vybrané přední umělce a jejich díla a doslova místo, kde umělci spolupracují na dosažení tvůrčí dokonalosti. Galerie se zaměřuje na současné umění s optimistickým a barevným nádechem. Věří, že umění je neoddělitelnou součástí života a univerzálním jazykem, který spojuje kultury a podporuje lidské spojení. Eden Gallery pravidelně pořádá výstavy a akce, které představují díla renomovaných mezinárodních umělců. Na svém webu jich uvádí celkem třicet čtyři. Každý umělec má k současnému umění trochu jiný přístup, ale nejedná se o konceptuální a experimentální umění. Sází na média typu malba, fotografie, socha, objekt a graffiti. Galerie se nevěnuje publikační činnosti, ale pravidelně vydává články na svém online magazínu. Články jsou zaměřené na současné umění a věnují se tématům jako výstavy, umělci, nové kolekce a umělecké trendy. I když galerie ve svých cílech neuvádí edukační programy, její akce často zahrnují interaktivní prvky, jako jsou živá vystoupení, setkání s umělci a workshopy, které mohou návštěvníkům poskytnout hlubší vhled do uměleckého procesu. Například třídní akce *Be Our Guest* zahrnovala digitální instalace, interaktivní malování a setkání s umělci nebo propojení kulinářských akcí s uměním. Londýnská pobočka Eden Gallery aktivně spolupracuje s módními a luxusními značkami i s celebritami, čímž propojuje svět současného umění s módním průmyslem. Eden Gallery má více než deset poboček po celém světě, včetně Londýna, New Yorku, Miami, Las Vegas, Dubaje, Aspeny, Mykonosu, Tel Avivu a Jeruzaléma. Propojení mezi pobočkami je zajištěno prostřednictvím společných výstavních témat. To vše podtrhují speciální akce a vernisáže, které jsou doplněny koktejly a životu hudbou, které vytváří dynamickou atmosféru a živý kulturní prostor. Každá pobočka galerie se účastní veletrhů v dané zemi, kde prezentuje jméno galerie a zastupující již renomované umělce. Eden Gallery se prezentuje sofistikovaným a moderním vizuálním stylem, který odráží její zaměření na současné luxusní umění. Webové stránky galerie jsou přehledné, intuitivní a esteticky laděné do vizuálu galerie a obsahuje množství informací.

Eden Gallery nevyužívá službu portálu Art Facts a není zde uvedená. Galerie sází na jistotu významných umělců a na mladé a emerging artists se nezaměřuje. Tomu odpovídá také cílení na high-end sběratele a náročné investory, kteří hledají umění s potenciálem růstu hodnoty a zároveň oceňují estetickou a emocionální hodnotu děl. Tato orientace je patrná z jejich nabídky služeb, jako je poradenství při výběru umění, zajištění autenticity, ocenění děl a také z pořádání exkluzivních akcí, jako jsou vernisáže a gala večere, které umožňují přímý kontakt s umělci a dalšími sběrateli. Zakladatelka galerie Cathia Klimovsky zdůrazňuje důležitost dlouhodobých vztahů se sběrateli. Tento přístup svědčí o zodpovědnosti a péči o zájmy klientů. Galerie se zaměřuje na prodej umění osobní cestou a přes e-shop, avšak s cenami na vyžádání, a dále poskytuje služby v oblasti umění.

Galerie bývá zmiňovaná v odborných médiích, které informují o nových výstavách, ale ne tak často jako jiné galerie v této komparaci. Pravidelně však získává pozornost v luxusních magazínech. Jejich hlavními tématy jsou spojení umění a životního stylu, exkluzivita a zážitky, síla vizuální prezentace děl a prostoru. Mainstreamová média oceňují její inovativní přístup k umění a schopnost propojit výstavy s živými zážitky. Profilují se jako "House of Art". Tento styl řízení galerie zdůrazňuje její filozofii, že umění by mělo být středem pozornosti, nikoli jeho kurátoři. Cathia Klimovsky se veřejně neprezentuje tak často. Galerie také komunikuje o interních akcích na svém YouTube kanále, v online magazínu a na blogu.

Na Instagramu se galerie prezentuje pod jedním profilem, který je společný pro všechny pobočky. Ve sdílení je tedy aktivní, ale konkrétně každá z poboček nesdílí tak pravidelně. Obsah je profesionálně zpracovaný, zejména pokud se jedná o videa. Komunikační styl je jednoduchý, srozumitelný a texty jsou velmi krátké. I přes vysoký počet sledujících je interakce publika velice nízká. Co se týče recenzí, převládá nadprůměrné hodnocení, ale s občasným výskytem negativních recenzí, které se podobají nespokojenosti publika DSC Gallery. Návštěvníci v recenzích zmiňují, že akce galerie bývají veřejné, avšak před galerií se shromažďují velké fronty. I přesto, že někteří z nich měli pozvánku, nespádali do VIP sekce a čekali ve frontě také. Negativní recenze se týkají také ohledně managementu a personálu galerie, který je nesympatický, a ne vždy vlídný. Skrz recenze vyšlo také najevo, že galerie je aktuálně v soudním sporu s majiteli NFT, které prodala v roce 2022 s umělcem Galem Yosefem, a které vygenerovaly 13 milionů dolarů. Žaloba tvrdí, že majitelům NFT se nedostalo slíbených výhod jako přístup do metaversa, lety balónem a dalších exkluzivních

akcí. Galerie argumentuje tím, že nenaplnění výhod vzniklo ztrátou hodnoty NFT v důsledku poklesu trhu, ne podvodného jednání.¹⁴²

Eden Gallery se v Londýně profiluje jako luxusní značka, která z umění vytváří prémiový zážitek. Umělci i kurátoři často zůstávají na pozadí, zatímco je kladen důraz na estetiku a atmosféru výstavního prostoru. Galerie se neúčastní světových platforem jako Art Facts, což odpovídá absenci v procesu etablování umělců a podílení se na posílení trhu s uměním a kariéry umělců. Pořádané akce galerie naznačují zájem o angažování návštěvníků prostřednictvím kreativních zážitků. Veškeré vernisáže a akce jsou veřejnosti přístupné, avšak negativní recenze naznačují, že vytváření VIP seznamů může omezit přístup některých návštěvníků. Propojenost galerijní sítě a spolupráce je jedinečná, což umožňuje sdílení uměleckých směrů a trendů napříč různými městy a kulturami. Galerie je otevřená komunikaci vůči širokému publiku, avšak její přítomnost na sociálních médiích je omezená pouze na jeden profil na Instagramu, což může být nedostatečné pro její globální dosah. Obraz luxusní značky si galerie potvrzuje spoluprací s renomovanými luxusními značkami a komerční přístupem, který zahrnuje speciální služby a nabídku děl na e-shopu. Podle slov zakladatelky galerie je kladen důraz na to, aby díla, která galerie prodává, měla pro sběratele trvalou hodnotu a nebyla pouze módním trendem. Ve srovnání s online obrazem toto tvrzení nekoresponduje. Galerie čelí negativnímu obrazu v souvislosti s kauzou podvodných NFT, konkrétně kolekcí Meta Eagle Club, která vyvolala právní spory. Navzdory těmto kontroverzím je galerie vyhlášena svými netradičními akcemi, které z umění činí luxusní a investiční záležitost pro každého, komu se umění „líbí“.

4.2 Komerční galerie s progresivním směřováním a nezávislé komerční galerie

Oba typy se vyznačují jako nezávislé galerie, které se věnují renomovaným a začínajícím umělcům, které se snaží postupně a dlouhodobým úsilím etablovat. Jejich pozice na trhu je významná i přesto, že nejsou tak rozměrné. V českém prostředí nejsou známé širokému publiku a ve Velké Británii nezaujímají pozici velké galerie. Z této pozice se snaží dokonce vymanit. I přesto, že cíle obou typů galerií jsou stejné, pojmenování v typologii se liší z důvodu odlišného významového kontextu v daných prostředích.

¹⁴² DU TOIT, *Buyers Blame Eden Gallery for NFT Losses in Struggling Market*, [2025].

4.2.1 Hunt Kastner

Jedná se o jednu z nejúspěšnějších českých profesionálních galerií s mezinárodním dosahem. Galerie byla založena v roce 2005 Američankou Katherine Kastner a Camille Hunt původem z Kanady. Svým mezinárodním a odborným přístupem se stala synonymem pro kvalitní českou soukromou galerii. Sídli v ulici Bořivojova na pražském Žižkově a podílí se tak na vzniku malé místní umělecké čtvrti. Galerie disponuje dvěma prostory, a kromě hlavní výstavní místnosti také project room.

Galerie přímo neuvádí své cíle a poslání v online prostoru, avšak uvádí umělce, které zastupuje, nebo s nimi minimálně spolupracuje. Jedná se o prestižní jména umělců převážně z Česka, zejména střední generace, kteří jsou uznáváni také v zahraničí. Galerie pracuje na zviditelnění a etablování mladých umělců. Jako médium převažuje malba, ale také jiná média jako video a instalace, čímž se galerie snaží přispívat k proměně české scény. Galerie se řadí mezi progresivní, ale svými radikálními a experimentálními výstavami nemá v České republice obdoby. K výstavám produkuje podpůrný materiál, ale nezabývá se publikací knižních titulů. Zároveň není zřetelné, že by jejím cílem bylo edukovat veřejnost, avšak k výstavám organizuje komentované prohlídky. Na jiné akce pro veřejnost se nezaměřují. Pro galerii jsou důležití partneři a sponzoři z řad státních organizací. Konkrétně Hlavní město Praha a Ministerstvo kultury galerii přispívá přímo na účast na veletrzích. Dále je galerie členem Mezinárodní aliance galerií, což zvyšuje její důvěryhodnost nejen v České republice, ale převážně v zahraničí. Jednou z hlavních činností galerie je účast a prosazování umělců na mezinárodních veletrzích, převážně na Art Basel. Veletrhu se účastní již řadu let od roku 2007. V roce 2025 se bude galerie účastnit dokonce hlavní sekce Art Basel, kde se nachází ty neprestížnější galerie. Hunt Kastner je jediná česká galerie, která se zde účastní. Na svých webových stránkách aktualizuje seznam veletrhů, včetně umělců, které konkrétně podpořila. Své zahraniční působení také stvrzuje svým webem vedeným pouze v anglickém jazyce. Webová stránka obecně obsahuje minimum informací. Jednoduchý web je doplněn o identickou barvu různých prvků vizuálu. Je možné přihlásit se k odběru newsletteru.

Art Facts uvádí Hunt Kastner v TOP 1000 galerií, oproti DSC Gallery, která je zařazena do TOP 10 000. Zařazení v České republice je stejné v TOP 10. Galerie za svoji historii uspořádala sto šedesát tři výstav, z toho osmdesát čtyři sólo a dvacet pět skupinových a zúčastnila se padesáti čtyř veletrhů. Mezi nejvíce propagované umělce se řadí například Eva Koťátková, u které mají neskutečnou zásluhu, pokud jde o zahraniční úspěchy.

Rozdělení umělců podle pohlaví je poměrově vyvážené. Věkové zastoupení se dělí na mladší ve věku dvacet až čtyřicet let a druhá polovina jsou umělci střední a starší generace. To odpovídá zaměření na emerging artists, etablované umělce a umělce již světového významu. Převažují čeští umělci, ale zahraniční jména pochází z různých světových scén.¹⁴³

Oproti DSC Gallery najdeme zmínky o Hunt Kastner převážně v odborných médiích, které informují o aktuálních výstavách, nebo poskytují rozhovory se zakladatelkami. Rozhovory se často týkají zahraničních aktivit galerie a problematiky současného umění. Časté zmínky najdeme také v zahraničních médiích, a to buď na uměleckých platformách, nebo webových stránkách zahraniční veletrhů. Například v rozhovorech se Katherine Kastner zmiňuje o problematice, která je tématem této práce. Z rozhovoru vyplývá, že velký význam mají stále veletrhy umění. Potvrzuje se, že Češi nemají zájem o nová média, a to ani z řad mladších sběratelů. Kastner zdůrazňuje důležitost budování vztahů se sběrateli. Důvodem je mimo jiné povědomí o tom, kde se prodaná díla vyskytují. Například způsob prodeje prostřednictvím aukce není vítaný a může umělce poškodit.¹⁴⁴ Dále zmiňuje české instituce, které již začínají nakupovat umění u domácích galerií, což v předchozích letech nebylo zvykem. Konkrétně Národní galerie v Praze potřebuje podle Kastner revitalizaci a silné kontakty v zahraničí. Chybí zde také instituce s mezinárodním programem, které by přilákaly zahraniční profesionální kurátory. Podotýká také, že v cenách předních českých umělců a zahraničních umělců by neměl být rozdíl.¹⁴⁵

Galerie se zaměřuje na zkušené sběratele současného umění a ani ve veřejném prostoru nezmiňuje nebo dokonce odmítá, že by jejím cílem mělo být dělat umění dostupnějším a oslovovat širokou veřejnost. I přesto může galerii navštívit kdokoli z veřejnosti, avšak je potřeba u některých výstav zvonit. Jejím hlavním cílem je zastupovat významné české umělce v zahraničí a navazovat spolupráci s jinými galeriemi při jejich zastupování. Galerie nabízí konzultace začínajícím sběratelům a osobní přístup těm zkušeným. Cílem je také propagovat sběratelství nových médií a digitálního umění. Způsob prodeje je individuální, v osobní profesionální rovině. Nabízená díla nejsou vystavena, a tedy ani ceny nejsou transparentní. Část prodejů se uskutečňuje na zahraničních veletrzích.

Důležitou komunikací galerie je také Instagram, který informuje o výstavách v galerii, aktivitách a spolupracích umělců v zahraničí. I přesto, že profil čítá velké množství

¹⁴³ ART FACTS, *Hunt Kastner*, [2025].

¹⁴⁴ CIESLAR, *Vézt české umělce na Art Basel? Milionová investice, říká galeristka Katherine Kastner*, [2025].

¹⁴⁵ LINDAUROVÁ, *Češi sbírají jen obrazy. Jiných médií se bojí*, [2020].

sledujících, jeho komunikační styl je spíše na odborné úrovni a oslovuje publikum, které se již v současném umění orientuje. I u tohoto typu galerie se objevují recenze od nespokojených návštěvníků, ale pouze v minimálním množství. Jedná se většinou o jinou skupinu, než je cílová a týká se nepochopení toho, co galerie dělá, tedy z nedostatku informací na webových stránkách. Na druhou stranu zasíláním newsletterů informuje o nových výstavách galerie.

Byť cíl galerie není jasně uveden v online prostoru, je podle jejích aktivit, výsledků a viditelnosti v médiích jasné, co je záměrem galerie a vzájemně se cíl s činnostmi potvrzuje. Komunikace galerie je na odborné úrovni ve všech online sférách. Nejedná se o značku, ale o dlouhodobé úsilí, jehož zásluhu lze sledovat zejména v úspěších českých umělců v zahraničí a zvyšování úrovně českého umění. Galerie se striktně orientuje na mladé a zkušené sběratele a problematika nedostatečného zájmu veřejnosti o současné umění není jejím cílem. Tato určitá uzavřenost může potenciální zájemce odradit. Z veřejného prostoru lze však jasně chápat, že místo Hunt Kastner na trhu s uměním je definované a jasně vymezené.

4.2.2 Stephan Friedman Gallery

Stephen Friedman Gallery je renomovaná londýnská galerie současného umění, kterou v roce 1995 založil kanadský galerista Stephen Friedman. Od svého vzniku se zaměřuje na prezentaci výjimečných umělců z Velké Británie i celého světa. Galerie sídlí v prestižní ulici Cork Street v londýnské čtvrti Mayfair. Prostor galerie zahrnuje také veřejnou sochařskou zahradu s pavilonem a branou, kterou navrhl britský umělec David Shrigley. V roce 2023 galerie otevřela svou první pobočku v USA. Stephen Friedman je známý svou vášní pro objevování nových talentů a podporou umělců v jejich kariérním růstu. Jeho galerie se etablovala jako významný hráč na poli současného umění, s důrazem na rozmanitost a inkluzi ve svém programu.

Cílem galerie Stephen Friedman je podporovat a vystavovat výjimečné umělce, kteří se zaměřují na aktuální témata a experimentální přístupy. Galerie usiluje o diverzitu a inkluzi, přičemž představuje širokou škálu uměleckých stylů a médií, včetně malby, sochařství, videa a instalace, a představuje umělce z různých kulturních a geografických prostředí. Své programy zaměřují na rozvoj kariéry umělců a propojení současného umění s širším publikem. Galerie se nebojí do výstavního programu zařazovat umění, které poukazuje na silná společenská témata (queer, gender). Kurátorský výběr děl je velmi pečlivý a jedná se

jak o silně promlouvající díla a velkoformátová plátna. Na svém webu uvádí 38 umělců, které zastupuje nebo s nimi spolupracuje. Galerie vyvíjí aktivity na poli edukace. Spolupracuje s akademickými institucemi a uměleckými školami, kde žákům a studentům představují konkrétní témata. Publiku se snaží pomoci v porozumění současnému umění a organizuje přednášky, diskuse a semináře s odborníky a umělci. Široké veřejnosti představuje výklad historických událostí v uměleckých instalacích rozmístěných ve veřejném prostoru. V oblasti publikací se profiluje jako vydavatel monografií a katalogů, které dokumentují výstavy a uměleckou tvorbu vystavovaných autorů. Galerie tedy nejen prezentuje umění prostřednictvím výstav, ale také aktivně přispívá k jeho dokumentaci a šíření prostřednictvím kvalitních edičních projektů. Galerie Stephen Friedman se zaměřuje na spolupráci s kulturními institucemi a organizacemi, které sdílejí její hodnoty a cíle v oblasti současného umění. Svými výstavami podporuje také charitativní organizace a je partnerem platformy Artspace. Aktivní participace je zaznamenána na veletrzích Art Basel a Frieze. Galerie se účastní nejen jejich akcí na domácí scéně, ale také ve světě, konkrétně v USA a v Číně. Na svém webu uvádí i konkrétní podpořené umělce a vliv na jejich kariéru. Akce a události galerie se vztahují k edukačnímu programu, jedná se kromě vernisáží o panelové nebo online diskuse a další. Ohledně prezentace na webových stránkách galerie se vyznačuje čistým designem s důrazem na vizuální prezentaci uměleckých děl. Používá neutrální barevnou paletu, intuitivní navigaci, kvalitní fotografie, videa a interaktivní prohlídky. Web obsahuje všechny potřebné informace a informuje o činnosti galerie. V sekci news komunikuje jak s veřejností, tak se sběrateli. Při návštěvě galerie nevzniká překážka na vstupu, galerie je přístupná bez nutnosti zvonění a po předchozím objednání nabízí také možnost provedení skupin i jednotlivců.

Na platformě Art Facts je galerie hodnocena mezi stovkou nejlepších na světě a mezi deseti nejlepšími ve Velké Británii. Za svá léta působení galerie uspořádala tři sta osmdesát pět výstav a zúčastnila se sto třiceti sedmi veletrhů. Mezi zastupovanými umělci je přibližně 40 % žen, což odráží její závazek k diverzitě a inkluzi. Umělci zastupovaní galerií jsou ve věkovém rozpětí od třiceti do sedmdesáti let, s důrazem na střední a starší generaci, která má etablovanou mezinárodní kariéru. Demograficky galerie reprezentuje umělce z různých kulturních prostředí.¹⁴⁶

Galerie Stephen Friedman se pravidelně objevuje v renomovaných médiích zaměřených na současné umění. Galerie se zřídka objevuje v mainstreamových magazínech.

¹⁴⁶ ART FACTS, *Stephen Friedman Gallery*, [2025].

Je zaznamenán výskyt earned médií. Existují časté rozhovory se sběrateli, umělcem nebo samotným zakladatelem na témata významu umění a galerie.

Galerie Stephen Friedman prodává umělecká díla prostřednictvím přímých transakcí se sběrateli, účasti na prestižních uměleckých veletrzích a prostřednictvím svého online obchodu. Na webových stránkách galerie je k dispozici široké spektrum děl včetně maleb, soch, tisků a limitovaných edic. Některá z těchto děl jsou dostupná přímo k zakoupení, zatímco u jiných je možné vyžádat si cenovou nabídku. Galerie klade důraz na výběr sběratelů a institucí, kterým prodává, a to nejen na základě finančních možností, ale i s ohledem na kurátorské záměry. Cílovou skupinou galerie jsou sběratelé, kteří oceňují nejen estetickou hodnotu děl, ale i jejich kulturní a společenský význam. Mezi klienty galerie patří jak jednotlivci, tak i významné instituce. Galerie nabízí také osobní prohlídky a konzultace.

Galerie disponuje velmi pozitivním hodnocením od návštěvníků a téměř nulovými negativními komentáři. Na sociální sítích udržuje aktivní sdílení. Obsah je podrobný, informativní a týká se výstav a umělců. Galerie využívá kvalitně zpracovaná videa, která produkuje a mini filmy, vypovídající o umělcích. Komunikační styl si zachovává i přes přátelský tón vysokou profesionální úroveň.

Galerie Stephen Friedman se profiluje jako významný subjekt na poli současného umění s širokým záběrem zaměřeným na umělce z různých kulturních prostředí a v různých fázích tvorby. Tato angažovanost dokládá, že galerie nejen prezentuje umění, ale také aktivně přispívá k jeho edukativnímu a společenskému dopadu. Dále podporuje dialog a vzdělávání prostřednictvím odborných kulturních akcí, čímž přispívá k vytváření dynamického a relevantního uměleckého programu, který však rezonuje i s širokým publikem. Hodnocení na ArtFacts odpovídá kvalitě činnosti galerie a široké věkové a geografické diverzifikaci umělců. Prodejní přístup není čistě komerční, ale zajišťuje vystavování a nabízení děl v kontextech tak, aby odpovídaly hodnotám a poselství umělců a sbírek. Obraz v online médiích a v rozhovorech potvrzuje naplňování cílů galerie a jejího poslání. Komunikuje jak s odbornou, tak širokou veřejností, kterou se snaží vzdělávat. Galerie je otevřena všem zájemcům a návštěvníkům, což dokládá také její výborné hodnocení od veřejnosti. Po dlouhém úsilí a budování pozice na trhu si galerie otevřela také pobočku v New Yorku, což dokládá její úspěchy.

4.3 Komerčně alternativní galerie

V obou zemích se setkává model komerčně alternativní galerie, která je svou činností alternativní, avšak stále dokáže zaujmout přední pozici na trhu. Často se jedná o galerie, které se rozvinuly z menších projektů, které šly mimo hlavní proud, do zásadních galerií na trhu. Jejich cílová skupina je široká, a to díky budování komunity a jasné komunikace, která je pro publikum srozumitelná.

4.3.1 Trafo Gallery

Původní projekt Trafačka byl založen v roce 2006 nynější ředitelkou galerie Blankou Čermákovou a umělci Janem Kalábem, Jakubem Neprašem a Michalem Cimalou. Nachází se v prostorách bývalých jatek v hale 14 v Holešovické tržnici. Mezi předními galeriemi se liší už jen umístěním, v dynamické čtvrti historického areálu, který dnes funguje jako multifunkční prostor. Industriální prostor podtrhuje nezávislost a autenticitu galerie. Svými vysokými stropy, velkými okny a světlíkem má galerie možnost pohrávat si také s architekturou prostoru a je ideální pro současné a konceptuální umění. Prostor se dělí na výstavní a prodejní showroom.

Hlavním cílem galerie je podpora české tvorby umělců převážně střední generace a mladších talentů. Věnuje se širokému spektru médií jako je malba, sochařství, fotografie, intermediální instalace, kresba a graffiti. Galerie podporuje umělce výstavami, prezentací na veletrzích a některým dlouhodobě poskytuje ateliéry. Na webu uvádí, že zastupuje nebo spolupracuje s přibližně sedmdesáti umělci.¹⁴⁷ Dalším cílem je budovat komunitu, přičemž nabízí možnost zapojení se do programů galerie ve formě finančního příspěvku. Kategorie se dělí podle jeho výše a umožňuje stát se členem mecenášského klubu s možností zveřejnění dárce přímo na webu. Galerie se zaměřuje na edukaci dětí a veřejnosti v podobě širokého spektra akcí a snaží se tak zpřístupnit umění široké veřejnosti. Aktivně se věnuje publikaci kvalitních katalogů a knih, avšak jen k výstavám. Široký záběr činností podtrhuje i spolupráce s jinými organizacemi. Samotné akce galerie jsou pořádány pro širokou veřejnost, a to od vernisáží po komentované prohlídky. V zahraničí nejsou aktivity tak rozsáhlé, také z důvodu nedostatku financí. I přesto se galerie snaží účastnit mezinárodních veletrhů. Pravidelně buduje networking na veletrhu Volta. Na svém webu informuje o všech aktivitách, uvádí veřejně mecenáše, popisuje detailní podporu umělců a nabízí možnost

¹⁴⁷ Na platformě Art Facts nejsou uvedeny přesné údaje, což ranking galerie zhoršuje a hodnocení tak není relevantní.

odběru newsletteru. Mimo jiné galerie jako jediná z předních nabízí možnost uspořádání firemních akcí v prostorech galerie.

Trafo Gallery je aktivně zmiňována napříč různými typy médií – od platform a online magazínů zaměřených na kulturu pro širokou veřejnost až po odborná umělecká média. V médiích se objevují zejména články o nových výstavách a rozhovory s vystavovanými umělci i se zakladatelkou galerie. Nejčastěji popisuje činnosti galerie a upozorňuje na problematiku současného umění v České republice. Například v podcastu Akcent zmínila problém s cenotvorbou českých umělců na veletrzích, kteří bývají vnímáni jako východní a očekává se nižší cena.¹⁴⁸ Dále pro komunikaci využívá vlastní kanály jako Spotify a YouTube, kde publikuje rozhovory a doprovodné materiály k výstavám. Díky rozsáhlé spolupráci s velkým množstvím umělců a zapojení do různorodých projektů dosahuje galerie vysoké míry earned media, tedy přirozené mediální publicity bez přímé placené propagace či zmínek v jiných člancích, které nejsou přímo o galerii. Na platformě Art Facts je galerie registrovaná, avšak nedisponuje aktuálními informacemi, její ranking tak není objektivní.

Trafo Gallery se zaměřuje na široké spektrum sběratelů – od mladých a začínajících, přes středně zkušené, až po elitní a investiční sběratele. Prodejní strategie galerie je vícevrstvá: zahrnuje online a osobní prodej na prodejních výstavách, nebo individuálním přístupem v showroomu, účast na mezinárodních veletrzích, i přesto, že možnosti jsou omezenější, než kterými disponují jiné přední galerie. Jako jediná z komparovaných českých galerií má veřejné ceny na webové stránce showroomu. Avšak je obtížné odkaz na primárním webu dohledat. Doplnkovým prvkem strategie je pronájem galerijních prostor pro firemní akce, čímž galerie nepřímě oslovuje nové publikum a zároveň diverzifikuje své příjmy.

Galerie pravidelně sdílí na sociálních sítích informace o aktuálních výstavách, vernisážích, kulturních akcích a rozhovory s umělci. Obsah je vizuálně kvalitní, pochopitelný a zaměřený na budování vztahů s komunitou. Využívá vlastní YouTube a Spotify pro hlubší obsah, například rozhovory a komentované prohlídky. Recenze jsou vysoce pozitivní. Návštěvníci oceňují zejména kvalitu výstav, zajímavé prostředí industriální trafostanice a přívětivou atmosféru galerie. Hodnocení často zmiňují profesionální přístup personálu a výběr vystavujících umělců. Negativní komentáře se

¹⁴⁸ AKCENT, *Vyvážíme umělce do ciziny, stále ale narážíme na to, že pocházíme z Východu, říká šéfka galerie*, [2025].

vyskytují minimálně a týkají se spíše komplikovanější orientace v areálu Pražské tržnice nebo menšího prostoru galerie.

Spolupráce s umělci napříč generacemi je vyvážená. Ceny galerie jsou veřejné a působí tak velmi transparentně. Její cíle potvrzuje silný networking, který se promítá do médií a zapojení do projektů na poli domácí scény, jež dostává galerii do širokého povědomí. Silným nástrojem galerie je nabídka k zapojení se do procesů galerie, čímž vytváří pocit spjatosti. Vizuální identita webu odpovídá zaměření na současné umění, je nápaditá, přitom minimalistická. Galerie klade viditelně větší důraz na edukaci a dostupnost umění než na prodej. Ze všech sledovaných českých galerií obsahuje komplexní balíček aktivit, z nichž nejnižší míra činností je na zahraničních aktivitách, což je způsobeno omezenými finančními prostředky. Tomu odpovídá i profil na Art Facts. I přesto jsou cíle galerie jasně komunikovány a korespondují s reálným přístupem. Tomu odpovídá i obraz na sociálních sítích a při návštěvě galerie, tedy dynamické a otevřené instituce, která klade důraz na kvalitní prezentaci současného umění a komunikaci s publikem.

4.3.2 Matt's Gallery

Matt's Gallery je přední, profesionální, avšak nezávislou alternativní galerií. Galerii založil v roce 1979 Robin Klassnik OBE, který je dodnes jejím ředitelem. Klassnik je britský umělec a kurátor. Původně přeměnil svůj ateliér na výstavní prostor, čímž vznikla Matt's Gallery. Ta se od roku 2022 nachází v londýnské čtvrti Nine Elms, která leží na jižním břehu Temže. Tato oblast prošla v posledních letech rozsáhlou transformací a stala se jedním z nejdynamičtěji se rozvíjejících kulturních a rezidenčních center v Londýně. Nové prostory Matt's Gallery byly navrženy s důrazem na flexibilitu a udržitelnost. Interiér si zachovává industriální charakter s odhalenými betonovými stěnami, ocelovými podlahami a vysokými stropy, což vytváří surový a autentický prostor, ideální pro prezentaci současného umění.

Galerie se prezentuje jako nezávislá přední galerie současného umění, jejíž cílem je podpora vzniku nových a inovativních děl na domácí britské i mezinárodní scéně. Umělcům nabízí čas, prostor a podporu a svými aktivitami výrazně ovlivnila kariéru dnes již známých umělců. Galerie se mimo to zaměřuje na site-specific instalace a podporuje vznik nových děl přímo pro prostory galerie. Galerie klade důraz na spolupráci s institucemi a je pod statutem Arts Council England, což znamená, že je finančně podporována převážně státem. Matt's Gallery se aktivně věnuje publikační činnosti, která je nedílnou součástí jejího programu. Vydává katalogy výstav, monografie umělců a umělecké publikace, často ve

spolupráci s umělci, jejichž díla prezentuje. Tato publikační činnost reflektuje závazek galerie k podpoře umělců a šíření současného umění prostřednictvím různých médií. Galerie provozuje také vlastní archiv současného umění, knihovnu a projekt MattFlix. Tato platforma slouží pro prezentaci digitálních uměleckých projektů a videí. Jejím cílem je udržet kontakt s širokým publikem. Galerie uvádí, že zastupuje 30 umělců a za svou historii vystavila již 170 jmen z řad mladých, ale i etablovaných umělců. Rozmanitost experimentálních médií je rozměrná. Edukace není hlavním cílem, avšak galerie dává prostor vzniku zcela novým dílům, rozšiřuje tak umělecký diskurs a vzdělává publikum přes uměleckou praxi. Matt's Gallery spolupracuje s širokou škálou institucí, firem a organizací, které podporují její činnost v oblasti současného umění. Všechny partnery galerie uvádí na svých webových stránkách. Mezi ně patří kromě Art Council England také Yves Saint Laurent a další z řad módních a designových značek, vysokých škol, státních institucí, médií a jiných galerií. Galerie organizuje zcela nové typy akcí, kterými představuje současné umění, prostřednictvím performance, experimentálních výstav a digitálních projektů. Mimo jiné galerie nabízí prostor Etc. Space k pronájmu pro firemní akce. Přestože galerie není pravidelným účastníkem veletrhů, její umělci se prezentují na různých mezinárodních akcích. Spolupracuje tak s Frieze Art Fair nebo Biennale. Webové stránky jsou minimalistické, avšak doplněné výraznými barvami, což dokazuje experimentální zaměření galerie. Komunikační jazyk je profesionální, avšak jasný. Informuje pravidelně o novinkách a akcích.

Matt's Gallery je na platformě ArtFacts hodnocena mezi Top 10 000 galeriemi globálně a mezi Top 1 000 ve Spojeném království. Galerie za svou historii zorganizovala 224 výstav, z nichž 208 bylo sólových a 16 skupinových. Zajímavostí je, že se galerie nezúčastnila žádných uměleckých veletrhů. Tato statistika odráží její zaměření na individuální prezentaci umělců a důraz na vlastní výstavní program. Také zaměření na umělce je pokryto všemi věkovými kategoriemi a je relativně genderově vyvážené.¹⁴⁹

Galerie si udržuje vysokou míru mediálního pokrytí bez důrazu na placenou propagaci. Její orientace na kvalitu, inovaci a dlouhodobou spolupráci s umělci jí zajišťuje pravidelnou pozornost jak v odborných, tak mainstreamových médiích. Tento faktor podporuje vysokou míru earned media a mimo to také díky inovativním projektům a významným výstavám. Time Out galerii označil za výstavní program galerií roku 2022.

¹⁴⁹ ART FACTS, *Matt's Gallery*, [2025].

Rozhovory s ředitelem galerie se často týkají provozu galerie, její nezávislosti, výstav a dlouhé historie.

Matt's Gallery se zaměřuje především na sběratele, kteří oceňují experimentální a konceptuální současné umění. Její program často představuje díla umělců v raných fázích kariéry, což přitahuje sběratele hledající nové a inovativní práce. Díky své dlouhé historii pak sleduje kariéru umělců a v průběhu času prezentuje, jak se jejich tvorba mění. Galerie tak oslovuje jak mladé a začínající sběratele, kteří chtějí objevovat nové talenty, tak i zkušenější sběratele, kteří hledají unikátní a průkopnická díla. K prodeji nabízí sochy a instalace, fotografie a videoinstalace, dokumentace k performance dílům, umělecké publikace a digitální obsah přes platformu MattFlix.

Matt's Gallery udržuje aktivní přítomnost na sociálních sítích, kde pravidelně informuje o výstavách, umělcích, doprovodných akcích i o zákulisí galerie. Na Facebooku galerie sdílí aktuality a vizuální obsah, čímž podporuje interakci s komunitou. Na platformě Instagram galerie prezentuje vizuálně atraktivní příspěvky, které oslovují široké publikum. Matt's Gallery si vybudovala vysoké hodnocení 4,9, což svědčí o pozitivní zpětné vazbě od návštěvníků. Téměř s nulovými negativními recenzemi.

Galerie působí jako důvěryhodná instituce, která se podílí na udávání tendencí ve vizuálním umění. Nabízí komplexní spektrum produktů a služeb, které oslovují sběratele, umělce i širší veřejnost se zájmem o současné umění. Na svém webu patří k nejsdílnějším galeriím v oblasti partnerství a prezentace aktivit, čímž posiluje svou otevřenou a transparentní image. Svou neúčastí na veletrzích si cíleně zachovává nezávislost a kurátorskou autonomii. Přestože její ranking není tak vysoký, zejména kvůli zaměření na mladé a začínající umělce, je vnímána jako nepostradatelná součást britské umělecké scény. Zakladatel galerie Robin Klassnik byl za svou práci oceněn Řádem britského impéria za zásluhy o vizuální umění a jeho přístup k vedení galerie měl zásadní vliv na rozvoj nezávislých a experimentálních výstavních prostor.¹⁵⁰ Kombinace aktivní komunikace na sociálních sítích a pozitivních recenzí posiluje reputaci galerie jako důležitého prostoru pro současné umění. Její cíle a záměry jsou jasné, důsledně naplňované a komunikované směrem k publiku i sběratelům, což jí přináší pozitivní zpětnou vazbu.

¹⁵⁰ WIKIPEDIA, *Robin Klassnik*, [2024].

4.4 Komparace typů galerií z České republiky a Velké Británie

Oba typy komerční galerií a komerční galerie typu Luxury and Contemporary Art se zaměřují na vysokou uměleckou hodnotu a elitní sběratele, přičemž komunikují umění jako investici a prestižní produkt. V Londýně je tento segment běžný a má větší dosah, zatímco v České republice jsou galerie exkluzivnější. Mediální viditelnost je silná, zejména v odborných a mainstreamových magazínech. Rozhovory se týkají investic a umění ve spojení s lifestyle. Galerie spolupracují s luxusními značkami, převážně v Londýně, a vydávají katalogy k výstavám, avšak nepublikují knihy. Edukační činnost se zaměřuje na komentované prohlídky a investování. V České republice se obecně soustředí na exkluzivní akce pro VIP a širokou veřejnost, přičemž v Londýně dominují kreativní akce jako workshopy a setkání s umělci. Cílení na sběratele v České republice je spíše na zkušené, v Londýně je segment širší a zahrnuje i mezinárodní klientelu. Londýnské galerie nabízejí díla online, ale ceny zůstávají neveřejné. Účast na veletrzích není vysokou prioritou. Česká DSC galerie přináší na domácí scénu kvalitní výběr zahraničního umění a má silnou komunikační strategii nejen na sociálních sítích. Recenze galerií bývají ve velké míře pozitivní, avšak negativní se týkají neosobního, nepříjemného elitářského přístupu. Cíle galerií bývají mnohem obsáhlejší, než je uvedeno na webu, avšak přístup galerie při její reálné návštěvě nekoresponduje s tone of voice na sociálních sítích.

Galerie typu komerční galerie s progresivním přístupem a nezávislá komerční galerie se zaměřují na prezentaci renomovaných a začínajících umělců s cílem etablovat je na trhu, přičemž jejich pozice je silná, i když nejsou tak rozměrné jako velké galerie. Vyznačují se vystavováním progresivního umění, které poukazuje na socio-kulturní témata. Jsou výrazně viditelné v odborných médiích a na zahraničních platformách. Umělci jsou aktivně propagováni na mezinárodních předních veletrzích. Zahraniční aktivity jsou velkou prioritou a představují spolupráce s různými institucemi. Galerie nabízí osobní a individuální možnosti edukaci. V Londýně však tyto činnosti převažují zejména ve formě přednášek, diskusí a ve spolupráci s akademickými institucemi. Zatím co česká Hunt Kastner je spíše uzavřenou galerií, Stephen Friedman Gallery organizuje veřejné akce a workshopy, které jsou přístupné širší veřejnosti. Obě galerie se zaměřují na zkušené, ale i mladé sběratele. Navazují s nimi silné profesní vztahy a poskytnout profesionální služby. Tomu odpovídá také osobní přístup k prodeji, přičemž Stephen Friedman Gallery nabízí některá díla také online, což jí dává širší dosah. Péče o zastupované umělce je na velmi vysoké úrovni. Komunikace vůči veřejnosti na sociálních sítích je v odborné a profesionální formě. Tyto

galerie se téměř nepotýkají s negativními recenzemi. Byly shledány pouze na straně české galerie a vztahovaly se k nedostatečným informacím na webu, což vedlo k nevědomosti ze strany širší veřejnosti toho, co galerie dělá. Stephen Friedman Gallery má velmi pozitivní hodnocení a její otevřený přístup k veřejnosti a diverzitě umělců přitahuje široké publikum. Cíle galerií odpovídají online obrazu a profesionálním činnostem.

Galerie jsou příklady komerčně alternativních galerií, které spojují uměleckou hodnotu s přístupností a komunitním zaměřením. Orientují se na současné umění s důrazem na inovaci a experimentální přístupy. Galerie budují silnou mediální přítomnost, která převažuje v odborných médiích. Specifické jsou pro earned media nepřímé zmínky v jiných článcích. Trafo Gallery vydává katalogy k výstavám, ale nezabývá se širší publikační činností. Matt's Gallery se věnuje pravidelným monografiím a publikacím, čímž posiluje svou roli v dokumentaci a edukaci současného umění. Trafo Gallery nabízí širokou škálu edukačních aktivit, včetně programů pro děti a komentovaných prohlídek. Matt's Gallery se v edukaci zaměřuje přímo na uměleckou praxi a rozšiřování uměleckého diskurzu. Galerie jsou charakteristické pro diverzifikaci příjmů. Podpora je jak ze strany státu, z prodeje, od mecenášů, z pronájmu prostor galerie a mimo jiné i z prodeje uměleckých katalogů. Galerie organizují veřejné akce, přičemž se snaží zpřístupnit umění širokému publiku. Matt's Gallery se zaměřuje na více inovativní akce jako performativní výstavy a experimentální projekty, které rezonují s kulturními a společenskými tématy. Galerie se zaměřují na široké spektrum sběratelů, od začínajících po elitní, přičemž klade důraz na přístupnost a podporu mladých talentů. Galerie kombinují online prodeje s osobním přístupem. Trafo Gallery má omezené zahraniční aktivity, ale pravidelně se účastní mezinárodních veletrhů jako Volta. Matt's Gallery má silnou mezinárodní přítomnost na bázi spoluprací, včetně s veletrhy, na kterých se však osobně neúčastní, ale podporuje v tom své umělce. Vizuální identita se liší od předchozích dvou typů galerií a je osobitější než minimalistická. Komunikace působí přátelsky a podává témata pro veřejnost a sběratele srozumitelně. Obě galerie mají pozitivní zpětnou vazbu za kvalitu výstav a nezávislosti a angažovanost. Množství cílů galerií koresponduje s jejich činnostmi a aktivitami a obraz v online prostoru odpovídá reálnému přístupu galerie s otevřeností komunity.

4.5 Rozdíly v přístupech galerií z České republiky a Velké Británie

Rozdíly mezi přístupy galerií v České republice a Londýně se projevují především v rozsahu aktivit, zaměření na zahraniční trhy a způsobu komunikace. Londýnské galerie mají silněji rozvinuté mezinárodní kontakty a více se angažují v globálním uměleckém diskurzu, zatímco české galerie mají omezenější přístup na mezinárodní scénu, což je částečně způsobeno ekonomickými a institucionálními překážkami a absencí českých poboček v zahraničí. Balíček činností a nabídky galerií bývá komplexnější. Londýnské galerie kladou větší důraz na publikaci uměleckých knih. V oblasti komunikace jsou londýnské galerie silně orientovány na marketing a spolupracují s firmami, orientující se na luxusním zboží. V České republice nejsou galerie transparentní na webových stránkách v tak vysoké míře, což může vést k nepochopení cílů galerií u veřejnosti a odradit mladé sběratele. Rozdíly jsou také v přístupu k edukaci a zapojování veřejnosti. Převážně londýnské galerie spolupracují se státními institucemi a kladou větší důraz na vzdělávání a organizování vzdělávacích a zábavných veřejných akcí, zatímco v České republice je tento přístup méně rozvinutý. Londýnské akce jsou kreativnější, vícedenní či propojeny s kurátorskými instalacemi či zavádění nových směrů diskurzů. V Londýně je rozšířenější také online prodej vybraných děl. Obecně jsou prezentovaná výrazná témata s kulturními a politickými tématy.

5 POHLED ODBORNÍKŮ NA PROBLEMATIKU TRHU S UMĚNÍM

Zjištěné informace doplňují rozhovory, pro které byli vybráni odborníci, zastupující odlišné skupiny na trhu s uměním. Nezávislý kritik, který zaujímá nezávislý pohled na trh s uměním a sběratel umění, působící na mezinárodní scéně. Toto rozdělení umožňuje reflektovat nezávislou expertizu s každodenní praxí a získat obraz trhu se současným uměním. Cílem této kapitoly je rozšířit teoretická zjištění o praktické zkušenosti aktérů, kteří se na formování trhu s uměním bezprostředně podílejí, nebo jej dlouhodobě sledují. Každému respondentovi byla položena sada základních otázek, vycházejících z hlavní výzkumné otázky a stanovených hypotéz práce. Tyto otázky byly dále rozvedeny a přizpůsobeny zkušenostem a znalostem trhu odborníků. Otázky se snaží identifikovat problémy trhu, které zaznamenávají nebo jim sami čelí.

5.1 Doporučení odborníka na český trh

Jako nezávislý zástupce českého trhu byl osloven Jan Skřivánek, kritik, přední český kurátor, publicista a zakladatel časopisu *Art & Antiques*, který se specializuje na analýzu a monitoring trhu s výtvarným uměním v České republice. Dlouhodobě působí jako nezávislý odborník na český trh s uměním, přičemž se zaměřuje převážně na aukční trh. Jeho úsilí významně přispívá k transparentnosti a profesionalizaci českého uměleckého trhu. Tato práce mimo jiné reflektuje aktuální stav českého prostředí s některými částmi výzkumu od Jana Skřivánka z roku 2010, ve který analyzuje celý mechanismus českého trhu s uměním. Jedním z cílů rozhovoru je ověřit, jak se situace na trhu s uměním od roku 2010 změnila.

5.2 Doporučení sběratele

Ze strany aktivního účastníka trhu byl dotazován Tomáš Ciba. Aktivní sběratel současného umění, který se dlouhodobě zaměřuje na podporu mladých a začínajících autorů a kultivaci českého trhu s uměním. Ve své sběratelské činnosti sleduje nejen estetickou hodnotu děl, ale i jejich význam a kontext v rámci zasazení do aktuální umělecké scény. Jeho sbírka reflektuje citlivost k současným společenským tématům. Kromě českého trhu má zkušenost také ze zahraničí, a to převážně z německého Bavorska, tedy pátý největší globální trh s uměním. Cílem rozhovoru je mimo jiné zjistit, zda existuje možnost, jak propojit český trh a německým.

5.3 Vyhodnocení získaných dat z rozhovorů

Na otázku, jak by charakterizovali český trh s uměním se oba odborníci shodují na tom, že český trh s uměním se nachází v pozitivním směru a silnou sběratelskou komunitou. Zatímco Skřivánek zdůrazňuje spíše problémy s mezinárodní izolovaností a potřebou větší propojenosti s globálním trhem, Ciba vidí pozitivní trend v přílivu nových sběratelů a příchodu nových typů umění. Ciba klade důraz na významnou příležitost v rozšiřování sběratelské základny po pandemii covidu-19 a na vznik nových institucí, které podporují širší angažovanost ve světě současného umění. Skřivánek rovněž vyzdvihuje důležitost podpory mladých umělců a zmiňuje snížení DPH jako krok k posílení přístupu k umění pro širší veřejnost, což je výzvou pro český trh, na který Ciba rovněž upozorňuje. Dále Skřivánek poukazuje na problém s nedostatkem dat a transparentností na českém trhu, stejně jako na skutečnost, že většina etablovaných českých umělců se do zahraničí dostala spíše prostřednictvím zahraničních galerií než českých institucí. Tento aspekt je také v kontrastu s rostoucí mezinárodní přítomností některých českých galerií, jak zmiňuje Ciba, který uznává úspěchy galerií jako Hunt Kastner při etablování českých umělců na zahraničním trhu.

Při otázce, jaké jsou role soukromé galerie, oba odborníci souhlasí s tím, že privátní galerie mají klíčovou roli v podpoře umělců a jejich prezentaci na trhu. Skřivánek vidí galerii jako platformu, která by měla zajistit kompletní servis pro umělce, od organizace až po komunikaci se sběrateli, a to vše s cílem umožnit umělcům soustředit se na svou tvorbu. Ciba souhlasí, že galerie by měly podporovat umělce nejenom ve financování, ale i v budování stabilních vztahů s kolegy a sběrateli. Kromě toho oba odborníci zdůrazňují význam edukace veřejnosti a zvýšení povědomí o současném umění, přičemž Ciba ještě přidává, že galerie by měly mít aktivní roli v prezentaci umění, která bude vyvážená mezi obchodním a kulturním aspektem. Skřivánek však zmiňuje erozi rolí galerií, způsobené především nástupem Instagramu a také vnímání veřejnosti toho, co je to vlastně galerie. Galerie jsou podle něj stále podnikatelské subjekty, které si roli stanovují samy.

Oba odborníci se také shodují na několika klíčových bodech, které by mohly přispět k posílení českého trhu s uměním. Skřivánek i Ciba se apeluje na zrušení DPH na výtvarná díla, což by mělo zásadní vliv na dostupnost umění pro širší veřejnost a zvýšení atraktivity trhu s uměním pro sběratele. Skřivánek se zaměřuje na problém s cenotvorbou a nedostatečnou mezinárodní podporou českých umělců, což brání efektivnímu růstu trhu s uměním. Ciba, naopak, vyzdvihuje problém s podfinancováním galerií a nezdravým

trendem, kdy sběratelé často nakupují přímo od umělců, čímž obcházejí galerijní systém, což podkopává stabilitu trhu. Oba odborníci vidí jako klíčový faktor pro posílení trhu stabilní finanční zázemí pro galerie a větší propojení s mezinárodním trhem, což by vedlo k lepší propagaci českých umělců na globálním poli.

Podle respondentů existuje v médiích dostatek informací o umění, ale přistupují k tomu z různých perspektiv. Skřivánek zdůrazňuje, že ačkoliv je informací dost, v českých médiích chybí kontinuální sledování kulturního provozu. V menšině je stále výtvarné umění. Ciba naopak uvádí, že nemá problém s dostupností informací, protože si je dokáže vyhledávat prostřednictvím sociálních sítí, newsletterů, blogů a zahraničních webů.

Ohledně důvěryhodnosti se dotazovaní shodují na tom, že důvěryhodnost trhu s uměním je klíčová pro jeho dlouhodobý úspěch. Skřivánek upozorňuje na problém fragmentace trhu, v jehož důsledku různé galerie působí ve specifických dílčích segmentech a oslovují různá publika, což komplikuje budování aliancí mezi galeriemi a institucemi. Dále zmiňuje existenci nepochopení ze strany veřejnosti toho, co je vlastně posláním galerií. Ciba upozorňuje na to, že zahraniční galerie mají výrazně silnější tradici a sběratelské sítě, což českým galeriím stále chybí. Z jeho pohledu je důležité, aby sběratele podporovaly galerie a nakupovali u nich na přímo. Věřící v jejich roli ve stabilizování trhu a budování dlouhodobých vztahů se sběrateli. Ciba i Skřivánek tedy podporují transparentnost a dlouhodobou spolupráci mezi galerie a sběrateli, což je klíčové pro zajištění důvěryhodnosti a posílení českého trhu s uměním.

Motivem k nákupu prostřednictvím galerií je pro Tomáše Cibu finanční podpora galerie a umělce. Jako hlavní překážku pro začínající sběratele vnímá nabídku velkého množství děl a nezkušenost v hodnocení kvality děl. Doporučoval by větší transparentnost cen a snížení DPH, což by usnadnilo přístup k umění. Na to poukazuje i Skřivánek, kdy by se tak umění stalo dostupnější i pro jednorázové nakupující. Dále Tomáš Ciba považuje za užitečné již existující edukační programy pro sběratele. Ze zahraničí má zkušenosti s větším komfortem při výběru a nákupu, kdy je galerista přítomný po celou dobu nákupního procesu a disponuje rozsáhlým know-how, což v českém prostředí zatím není na stejné úrovni.

Jan Skřivánek v závěru hodnotí aktuální stav celého mechanismu trhu se současným uměním s jeho studií z roku 2010. Vnímá pozitivní změny v oblasti podpory umění, zejména díky akvizičnímu fondu, který podporuje nákup děl mladších padesáti let. Přesto ale zůstává problém s podfinancováním galerií a nedostatečnou přímou podporou umělců, kteří nemají žádný přímý finanční prospěch z těchto veřejných podpor. Významnou změnou je i rostoucí

uznání českých umělců a zvýšený zájem o jejich díla. A to mimo jiné také díky rostoucí roli lektorských programů v muzeích a galeriích, které se staly běžnou součástí jejich aktivit. Tato muzea a galerie mají nezastupitelnou roli na trhu s uměním, neboť edukují nejen dospělé publikum, ale i školy. To potvrzují i Tomáš Ciba, který oceňuje nově vzniklé soukromé galerie a jejich činnost na poli trhu s uměním.

Na závěr Tomáš Ciba zmiňuje, že z německého trhu by na český trh mohl být implementován systém měsíčních rezidencí pro české a německé umělce, což by podpořilo přeshraniční spolupráci mezi umělci, zavržená společnou výstavou. Tato rezidenční výstava by pomohla zlepšit mezinárodní výměnu a otevřela nové možnosti pro propagaci českého umění v zahraničí, stejně jako pro příliv nových vlivů do českého uměleckého prostředí. Důležitá je také spolupráce a navazování přeshraničních vztahů mezi galeristy a umělci, na což upozorňuje také Skřivánek, kdy stále chybí dostatečné propojení s mezinárodními trhy, což brání většímu rozvoji trhu.

6 ZÁVĚREČNÁ KOMPARACE A DOPORUČENÍ

Český a londýnský trh se značně liší v několika oblastech – tradice sběratelství, ekonomických faktorů až po chování sběratelů. Český trh s uměním je lokálně zaměřený, kdežto londýnský trh je dynamický a zaujímá přední pozici na globálním trhu. Oba trhy se potýkají s odlišnou problematikou. Zatímco v 90. letech se český trh s uměním znovu otevřel a první galerie se učily fungovat v novém prostředí, v Londýně vstupovaly na trh mega galerie a budovaly pozici lídra na trhu. Londýn se potýkal se spekulacemi ohledně cen umění a s negativními vlivy velkých galerií. Vlivem globalizace, vzniku Turner Prize, Frieze a přílivu mezinárodních sběratelů si vytvořil silnou síť galerií. Tento trend podporuje také dlouhodobý systém státní podpory, který spočívá v několika státních organizacích a upřednostňuje především neziskové subjekty. Prostředky z akvizičního fondu lze žádat hned od několika organizací. V České republice je veřejná podpora umění nestabilní, i když v posledních letech došlo k pokusům o její zlepšení z hlediska akvizičního fondu. Britská vláda se aktivně podílí na tvorbě sbírky současného umění a angažuje se ve vystavování současného umění na ambasádách po celém světě. Vedlejším účinkem na veřejnost je třeba i to, jak se státníci staví k umění.

Slabším článkem českého prostředí zůstává stále Národní galerie v Praze. Tate Modern patří k nejnavštěvovanějším institucím ve Velké Británii. Naopak v České republice návštěvnost soukromých galerií převyšuje návštěvnost národní instituce. Londýnský trh potvrzuje svou stabilitu i díky počtu soukromých galerií, které se po pandemii covidu-19 ještě zvýšily, v České republice byl trend opačný. Galerie postrádá zahraniční kontakty a program, který by přilákal zahraniční profesionály. Nedostatečná je i komunikace se soukromými galeriemi a kooperace v nákupu uměleckých děl do sbírky. Obecně v českém prostředí chybí mezinárodní instituce a program, který by přilákal zahraniční publikum a sběratele. V posledních letech vznikají v obou zemích významná soukromá muzea, která mají převážně pozitivní vliv na scénu současného umění. V České republice například Kunsthalle Praha přitahuje velké množství návštěvníků a prezentuje rozsáhlé instalace zahraničních umělců, což je pro české prostředí zcela nový směr.

Charakteristika českého trhu s uměním není kompletně zmapována. Je sice lokální, konzervativní, ale přesto stabilní, alespoň s ohledem na aukční trh. Jediné dostupné údaje pocházejí z aukčních výsledků, které ukazují, že současné umění je na trhu minoritně zastoupeno, avšak jeho podíl roste. Z jiného úhlu pohledu může vyšší zastoupení současného umění na aukcích na tak uzavřeném malém trhu tomuto dílčímu segmentu uškodit, což by

v konečném důsledku mohlo negativně ovlivnit i samotné umělce, a není proto doporučováno. Stav aukčního trhu neodpovídá výsledkům z průzkumu chování sběratelů, kteří uvádějí, že nejčastěji nakupují současné umění. Data jsou citlivá, a proto by bylo komplikované je získat tak, aby byl přehled objektivní. V Londýně tato data vznikají díky několika subjektům, které však na českém trhu chybí. Absence veletrhů a asociace sdružující soukromé galerie je problémem nejen pro analýzu trhu, ale i pro mezinárodní spolupráci, propojení a podporu důvěry v soukromé galerie ze strany českého publika. Postupně vznikají různé iniciativy na podporu trhu, avšak zatím se vyvíjejí. Paradoxně na českém trhu existuje přebytek vernisáží a akcí spojených se současným uměním, chybí však mezinárodní přesah.

Role galerií závisí na interně stanovených cílech, protože se jedná o soukromé subjekty. Kromě procesu etablování a podpory umělců je z pohledu londýnské studie sféra, se kterou galerie pracují, jak soukromé, tak veřejné, a nelze je od sebe oddělit, pokud má galerie fungovat efektivně. Galerie se vyznačují několika cílovými skupinami, což činí jejich provoz velmi náročným. U galerií, které se soustředí na komplexní nabídku služeb, lze mezi tyto cílové skupiny zařadit sběratele, vlastníky, publikum, zájemce o umění, firemní zákazníky, mecenáše, podporovatele, umělce, veletrhy, stát – akviziční fond, jiné úlevy v podobě DPH. České galerie mají problém účastnit se veletrhů kvůli velké konkurenci a vysokým finančním nákladům. Na veletrzích je také obtížné nastavit cenotvorbu. Pro galeristy je jednodušší přivážet a prezentovat zahraniční umělce na domácí scéně než naopak. České umění má nižší hodnotu než zahraniční, a sběratelé mohou vnímat východní umění jako levnější. Chybí více umělců, kteří by mohli cenově konkurovat zahraniční tvorbě. S tím souvisí česká sběratelská scéna, která je v nákupu spíše konzervativní, a česká tvorba se od těchto preferencí může odvíjet. V Londýně komerční nákupní tendence určují především velké galerie.

V obou zemích se liší také chování sběratelů. Zásadním rozdílem je zájem žen investovat do umění, který na londýnské scéně převažuje u mužů. Nová média nemají v České republice své sběratele, avšak v Londýně jsou převážně v hledáčku mladších sběratelů generace Z a mileniálů. Současně na českém trhu existuje velký výběr děl, ale neznalost, jak kvalitu hodnotit. Množství informací v českých médiích se zlepšilo. Sběratelé si dokážou dohledat informace ze sociálních sítí, newsletterů, webových stránek, odborných portálů, případně přímo u umělců. Kvalita médií se však stále vyvíjí. Chybí kontinuální sledování kulturních témat a je potřeba zvýšit informovanost o mladých umělcích,

projektech a výtvarném umění. Britové nejčastěji nakupují u galerií, i přesto že chtějí také podpořit umělce. Chápu však roli galerií a jejich důležitost. V České republice je galerie jako nákupní kanál na třetím místě. Zjištěné informace tak opět narážejí na nedůvěru vůči soukromým galeriím. Britové kladou velký důraz na online prodej. Obecně čeští sběratelé nakupují ve velké míře na online aukcích, což může být alternativou právě k online platformám. Ty se začínají objevovat, avšak přední galerie tento způsob prodeje vybraných děl neprovozují.

V České republice není tak silná tradice soukromých galerií s know-how, avšak situace je na vzestupu. Na malý trh zde působí velký počet kvalitních galerií. Avšak mezi předními soukromými galeriemi chybí síť galerií s mezinárodním dosahem, což se však vzájemně vylučuje s malým lokálním trhem. Důležitá je tedy odlišná linie působení galerií. V rámci typologie chybí galerie s mezinárodní působností a galerie s užší profilací. Dobrým příkladem obou linií jsou Trafo Gallery a Hunt Kastner.

Přístupy českých galerií se od londýnských liší v několika bodech. Míra zapojení do mezinárodních projektů a způsob podpory umělců v zahraničí jsou nižší, což je způsobeno charakteristikou českého trhu a nedostatkem financí. Stále častěji probíhá příprava výstav ve spolupráci se zahraničními kurátory, což je velkým přínosem pro domácí scénu. Londýnské galerie jsou ve větší míře zapojeny do edukace veřejnosti a pořádání veřejných akcí. Aktivně spolupracují na různých projektech s firmami a vzdělávacími institucemi. Míra těchto činností však závisí na typu galerie. Pro veřejnost je důležitý vstřícný přístup personálu galerie a odpovídající prezentace v online prostoru, která je v souladu se stanovenými cíli. Důležitá je také informovanost na webových stránkách galerie, která je mnohem rozsáhlejší v londýnských galeriích. To vše vede k pozitivnímu vztahu s veřejností, propagaci současného umění a oslovení potenciálních zájemců o díla.

6.1 Přímé doporučení

Doporučení pro posílení trhu se současným uměním lze rozdělit na dvě hlavní kategorie. Přímá doporučení se soustředí na konkrétní kroky, které mohou galerie realizovat uvnitř své struktury a provozu a spadají do přímého vlivu.

Omezení jazykové bariéry pro zahraniční sběratele a kurátory

Dvojjazyčnost webových stránek galerií by měla být již samozřejmostí, přičemž při hlavním cílení galerie na zahraniční trhy by měla být angličtina hlavním jazykem online prezentace. To platí i pro organizace s mezinárodní ambicí, působící v prostředí současného umění.

Zahraniční pobočka galerie

Českému prostředí by výrazně pomohlo otevření zahraniční pobočky nebo výstavního prostoru v zahraničí. Problémem je financování této expanze. V opačném případě by bylo zajímavé naopak otevřít v České republice pobočku zahraniční galerie, které by bylo možné řešit hledáním zahraniční franšízy nebo strategických partnerů. Londýnská galerie jako Holy Art Gallery, zaměřující se na digitální umění, často otvírají pobočky v zahraničí jako první v daných zemích, čímž poskytují své specializované umění novým trhům. To může do českého prostředí přilákat nové rozměry a přístupy.

Transparentnost cen a online prodej

Galerie by měly zpřístupnit ceny vybraných děl, což pomůže odstranit bariéry pro mladé sběratele a umožní jim snadnější orientaci na trhu. Londýnské galerie, často typu komerčně alternativních a nezávislých galerií, zpřístupňují ceny svých děl na webových stránkách, což podporuje důvěru sběratelů a odstraňuje nejistoty.

Přeshraniční spolupráce

Galerie by se mohly zaměřit na hledání příležitostí pro spolupráci s galeriemi v sousedních zemích (Polsko, Německo), což by mohlo přinést nové publikum i sběratele. Přeshraniční spolupráce v zahraničí je běžná a zahrnuje organizování výjezdních akcí, putovních výstav a sdílení umělecké tvorby. Tento model umožňuje zviditelnit umění na více trzích a přitáhnout nové zájemce o současné umění.

Budování vztahů se sběrateli

Galerie si jsou vědomy důležitosti přímých a dlouhodobých vztahů se sběrateli. V zahraničí bývá praxí, kdy je galerista přítomen po celou dobu nákupního procesu s klientem a sdílí své

odborné know-how. Péče o sběratele je klíčová pro udržení kvalitní klientely a má vyšší míru loajality.

Symetrie Voice of Tone, cílů a mediálního obrazu

Galerie by měly dbát na symetrii mezi tím, jak se prezentují v médiích, jak komunikují s veřejností a jak vystupují v realitě. Je důležité odstranit bariéry, jako například zvonky při příchodu, a umožnit snadný přístup do galerie. Londýnské galerie se často zaměřují na otevřený přístup a transparentnost, což vytváří pozitivní image a přitahuje širší veřejnost, včetně potenciálních sběratelů a odborníků. Otevřenost přiláká publikum a zvyšuje důvěryhodnost galerie.

Cílení na mladé sběratele a nová média

Strategie galerií by měla zvýšit cílení na mladé sběratele, kteří se zajímají o nová média. Londýnské galerie se více zaměřují na mladší publikum, což jim umožňuje udržet krok s aktuálními trendy v umění a sběratelském chování. To by mělo být kladeno za cíl i v českých galeriích, které mohou využít digitálních platforem pro prezentaci a prodej.

Vytváření komunitních a edukačních akcí

V Londýně se běžně pořádají různé akce, dle cílů galerie na odborné úrovni (panelové diskuse, skupinové prohlídky), tak i zábavné úrovni (kulturní zážitky, workshopy). Tyto akce nejenom že přitahují širší publikum, ale také budují komunitu kolem galerie, umělců a sběratelů.

6.2 Nepřímé doporučení

Naopak nepřímá doporučení se zaměřují na možnosti spolupráce s okolními subjekty trhu a jsou založeny na dlouhodobé spolupráci a vyvíjení aktivit. Zahrnuje posílení partnerství s veřejnými a soukromými organizacemi, kulturními institucemi a profesními asociacemi, které mohou přispět k širšímu rozvoji trhu a zvýšení jeho transparentnosti.

Aktivní podílení se na vzniku asociace soukromých galerií

Cílem by mělo být přijetí prověřených soukromých galerií, dle stanovených kritérií. Důležité je budování transparentnosti a reputace. Tato asociace by měla podporovat profesionalizaci celého sektoru, podobně jako to vidíme v Londýně, kde je existující silná síť galerií sdružených v různých formách asociací. Asociace se může podílet na veřejných debatách a zastupovat své členy. Některé sdružení organizují dokonce výjezdy do zahraničí pro publikum nebo umělce za současným uměním.

Snížení DPH a zjednodušení daňového systému pro galerie

Efektivní komunikace tohoto tématu by mohla probíhat prostřednictvím asociace soukromých galerií, která by jednala za celý sektor. Tento krok by pomohl nejen galeriím, ale i širšímu kulturnímu sektoru, a mohl by přispět k vyšší dostupnosti umění pro veřejnost. V Londýně vidíme, že podpora na úrovni daňových úlev pro umění je běžná a prospěšná.

Snížení daní s přípravou výstavy, účastí na veletrzích a publikováním uměleckých knih

Tento krok by pomohl galeriím snížit náklady, které jsou spojené s expanzí na zahraniční trhy. V České republice je stále prostor pro zlepšení, zejména pokud jde o podporu výstavních projektů a jejich zviditelnění. Příkladem může být model v Londýně, kde galerie dostávají značnou podporu při účasti na mezinárodních veletrzích nebo publikacích.

Spolupráce se zahraničními asociacemi (např. FEAGA)

Snahy o spolupráci se zahraničními asociacemi by měly pomoci zvýšit důvěryhodnost českých galerií v zahraničí. To by mohlo zahrnovat společné akce, výměnné programy a spolupráci při organizaci veletrhů nebo výstav. Vhodnější by byla asociace z oblasti, která je charakteristicky podobná českému trhu s uměním.

Sběr dat o současném trhu s uměním

Pravidelná komunikace o aktuálních trendech a problémech na trhu s uměním je klíčová pro rozvoj sektoru. Tento sběr dat by mohl probíhat formou spolupráce mezi galeriemi, asociacemi a akademickými institucemi. Tento přístup podporuje transparentnost a efektivní

analýzu trhu, což by galeriím i sběratelům pomohlo lépe orientovat se v dynamických změnách.

Vznik analýzy trhu ve spolupráci s NIPOS

Zapojení NIPOS do analýzy trhu s uměním by pomohlo budovat důvěryhodnost české umělecké scény u sběratelů a publika a posílilo by odborný rámec pro další rozvoj sektoru. Tato analýza by mohla zahrnovat data o prodeji umění a zahraničního vývozu.

Oslovení mecenášů a partnerů a iniciace vzniku neziskové organizace

Podpora účasti soukromých galerií na mezinárodních veletrzích by mohla být posílena finanční podporou od mecenášů a partnerů. V Londýně byly nalezeny příklady úspěšného propojení galerií a soukromých sponzorů, kteří podporují účast na zahraničních akcích.

Založení mezinárodní iniciativy fungující na pomezí veletrhu, festivalu a instalací

Tato iniciativa by mohla přitahovat nejen zahraniční publikum, ale i profesionální kurátory, kteří by se mohli podílet na tvorbě mezinárodních programů. To by bylo podobné některým festivalům a veletrhům v Londýně, které přitahují odborníky z celého světa.

Spolupráce s Národní galerií na budování české současné scény

Spolupráce mezi veřejnými institucemi a soukromými galeriemi je klíčová pro podporu české umělecké scény. Tato spolupráce by měla směřovat k organizaci výstav, podporám umělců a společnému budování odborné veřejnosti. V Londýně je běžnou praxí, kdy se podílí velké galerie na výstavách ve veřejných institucích.

Komunikace se státními orgány za účelem sdílení českého umění přes ambasády

Tato komunikace by měla zahrnovat organizování výstav a prezentací současného umění a mladých talentů na ambasádách, což by přispělo k větší mezinárodní viditelnosti českého současného umění a zvýšilo jeho distribuci v zahraničí, za podpory státu.

Podpora vzniku neziskové organizace na podporu vydávání uměleckých knih

Tato organizace by mohla financovat publikování uměleckých knih a vytvářet online databázi o současném umění, která by byla dostupná veřejnosti a odborníkům. V Londýně existují organizace, které podporují publikování o umění a tuto mecenášskou roli by mohl hrát i český trh. Mimo publikování vznikají i kreativně zpracované online veřejné databáze.

Podpora vzniku kulturních čtvrtí

Vytvoření podporovaných kulturních čtvrtí, s regulací nájmu pro soukromé galerie a ateliéry umělců. Pomohlo by vybudovat stabilní a rozmanitou uměleckou komunitu. Tento model je běžný v některých londýnských čtvrtích, kde jsou kulturní a kreativní sektory podporovány městskými iniciativami.

Demokratizace kultury

Zpřístupnění umění pro širokou veřejnost, například prostřednictvím bezplatného vstupného nebo otevřených akcí, může pomoci demystifikovat umění a přitáhnout nové diváky. V Londýně je běžné, že galerie a kulturní instituce pořádají akce, které jsou dostupné pro všechny, což může inspirovat i české galerie. Komunikace může probíhat přes asociaci či jinou organizaci.

Vytvoření pozitivní mediální kultury

Je vhodné, aby soukromé galerie spolupracovaly s médii a podpořily profesionální zpravodajství zaměřené na současné umění. Cílem by mělo být zviditelnění mladých umělců na širší veřejnosti, čímž by došlo k vytvoření pozitivní mediální kultury, která by zvýšila povědomí o hodnotě a významu současného umění v českém kontextu. Dále je důležité mluvit o problematice trhu, aby se dostala do povědomí a přispěla tak vnímání důležitosti galerie.

ZÁVĚR

Český trh s uměním čelí řadě výzev a stále se nachází v procesu vývoje. Potvrdil se jeho konzervativní a lokálně zaměřený charakter, přičemž klíčovým problémem zůstává nedostatečné napojení na zahraniční trhy a mezinárodní scénu. Bylo zjištěno, že stav dílčích trhů nelze ověřit, protože chybí zpracovaná data o prodejích soukromých galerií, což je běžnou praxí v zahraničí. Jediná zpracovaná analýza prodejů se týká aukčního trhu, kde se potvrdil minoritní podíl současného umění. Na základě preferencí sběratelů se však současné umění v průběhu sledovaného období nakupovalo nejčastěji, což nekoresponduje s aukčním trhem. Současné umění na lokálně zaměřeném trhu je v aukcích riskantní a může mít negativní dopad na umělce. Londýnský trh prošel zcela odlišným vývojem, charakteristickým pro dynamický globální trh. Mechanismy tohoto trhu zahrnují klíčové prvky, jako je podrobná analýza trhu, silné státní instituce, přítomnost mezinárodních galerií a organizací se zahraniční působností, stabilní a vícevrstvá státní podpora a činnost asociací.

Soukromé galerie v České republice hrají nezastupitelnou roli, avšak čelí překážkám spojeným s problematikou trhu a potýkají se s omezenými finančními prostředky. Jejich potenciál je stále limitován malým rozsahem aktivit, zaměřením na lokální trh a nedostatečnou diverzitou. Při zkoumání rolí galerií bylo zjištěno, že pro jejich efektivní fungování by měly spolupracovat jak se soukromým, tak s veřejným sektorem. Galerie navíc disponují prostředky, které mohou přispět k rozvoji trhu se současným uměním, což může mít dlouhodobý pozitivní dopad na jejich úspěšnost. Porovnání s londýnským trhem ukázalo, že soukromé galerie mohou přispět k oživení trhu se současným uměním, zejména v oblasti navazování zahraničních vztahů, vzdělávání publika, budování důvěry a angažovanosti veřejnosti. Londýnské galerie se totiž nejen zaměřují na prodej, ale aktivně přispívají k formování kulturního diskurzu a zajišťují umělcům dlouhodobou podporu a silnou mezinárodní platformu.

Doporučení pro české galerie spočívají v přímých a nepřímých aktivitách. Vycházejí z analýzy londýnského trhu a následné komparace s českým prostředím. Dále ze sestavení typologie soukromých galerií v obou zemích a následné komparace přístupů galerií k budování online obrazu a veřejného mínění. Protože se typologie galerií v obou zemích liší, byly komparovány pouze galerie se stejnými cíli a velikostí. Zjištěné informace doplňuje pohled nezávislých odborníků působících na trhu s uměním, kteří se podílejí na jeho kultivaci. Doporučení pro přední české soukromé galerie se zaměřují na zlepšení transparentnosti cen, větší zapojení do online prodeje, spolupráci s institucemi, spolupráci

prostřednictvím asociace, posílení vzdělávacích aktivit a budování silnějších vztahů s širší veřejností. Současně je nezbytné pracovat na rozvoji mezinárodních spoluprací a na posílení networkingových schopností galerií, což by vedlo k širšímu zapojení českých umělců do globálního uměleckého diskurzu.

Tato práce otevírá prostor pro další výzkum, který by mohl přinést hlubší porozumění fungování trhu s uměním v České republice a jeho propojení se zahraničím. Nabízí se dva klíčové směry, jimiž by se budoucí studie mohly ubírat. Prvním směrem je komparativní analýza českého trhu s uměním a trhů v evropských zemích s podobnými charakteristikami, jako jsou omezený lokální trh a restriktivní přístup k financování. Cílem tohoto výzkumu by bylo identifikovat efektivní strategie, které tyto země využily k překonání bariér mezi lokálním a mezinárodním trhem, a posoudit možnost jejich aplikace v českém kontextu. Druhým směrem je zkoumání potenciálu prohloubení mezinárodní spolupráce mezi galeriemi a umělci ve středoevropském regionu. Zvláštní pozornost by mohla být věnována možnosti vytvoření regionální asociace, která by posílila postavení těchto subjektů na západních trzích. Taková iniciativa by mohla přispět k lepšímu propojení uměleckých scén a zvýšení mezinárodní viditelnosti středoevropského umění. Oba navrhované směry výzkumu by mohly významně přispět k rozvoji českého trhu s uměním a jeho integraci do širšího evropského a globálního kontextu.

Soukromé galerie mají jedinečnou příležitost stát se klíčovým faktorem pro rozvoj českého trhu s uměním, pokud se soustředí na propojování komerčního a kulturního aspektu své činnosti. Je nutné překonat konzervativní přístup a vytvořit dynamické, vzdělané publikum, které bude schopné ocenit nejen hodnotu umění, ale podstatu soukromých galerií. Ačkoli změny na poli veřejné podpory jsou nezbytné, soukromé galerie mohou hrát klíčovou roli v dlouhodobém posilování trhu, zajištění prezentace umění v zahraničí. Na závěr je třeba vyjádřit uznání za jejich soustavnou a náročnou činnost, která představuje nelehký a komplexní úkol. Přes krátkou dobu existence českého trhu s uměním se podařilo vytvořit stabilní základnu, přičemž galerie se neustále snaží prosazovat umělce i na zahraničních trzích, navzdory různým překážkám. Charakteristika lokálního trhu není nutně negativní a linie tohoto trhu se postupně začíná přetřhávat, což otevírá cestu k větší mezinárodní integraci.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

2023-26 Investment Programme: Budget confirmation and application figures. Online. The Council Arts England. 2024. Dostupné z: <https://www.artscouncil.org.uk/2023-26-investment-programme-budget-confirmation-and-application-figures>. [cit. 2025-04-23].

25 Years. Online. David Zwirner. 2025. Dostupné z: <https://www.davidzwirner.com/25years>. [cit. 2025-04-10].

A Space for Digital Art. Online. Gazelli Art House. 2021. Dostupné z: <https://gazelliarthouse.com/news/introducing-gazellio-a-space-for-digital-art/>. [cit. 2025-04-14].

About iniva. Online. Institute of International Visual Arts. 2025. Dostupné z: <https://iniva.org/about/institute-of-international-visual-arts/>. [cit. 2025-04-12].

About us. Online. The Arts Council Collection. 2025. Dostupné z: <https://artscouncilcollection.org.uk/about-us>. [cit. 2025-04-10].

About us. Online. The Galleries Association. 2025. Dostupné z: <https://www.thegalleriesassociation.uk/about>. [cit. 2025-04-12].

About. Online. Cermak Eisenkraft. 2025. Dostupné z: <https://cermakeisenkraft.cz/index.php/about>. [cit. 2025-02-17].

About. Online. Hales Gallery. 2025. Dostupné z: <https://halesgallery.com/about/gallery-history/>. [cit. 2025-04-10].

About. Online. Kvalitář. 2025. Dostupné z: <https://www.kvalitar.cz/about>. [cit. 2025-02-17].

About. Online. Lisson Gallery. 2025. Dostupné z: <https://www.lissongallery.com/about>. [cit. 2025-04-15].

About. Online. White Cube. 2025. Dostupné z: <https://www.whitecube.com/about>. [cit. 2025-03-15].

Acquisition grants. Online. Art Fund. 2025. Dostupné z: <https://www.artfund.org/professional/get-funding/programmes/acquisition-grants>. [cit. 2025-04-11].

AIDAN, While. *Locating Art Worlds: London and the Making of Young British Art*. Online. *Area*. 2025, roč. 35, č. 3, s. 251–263. Dostupné z:

https://www.jstor.org/stable/20004319?read-now=1&seq=2#page_scan_tab_contents. [cit. 2025-04-16].

Akcent. In: Apple Podcast [podcast]. 20. 02. 2025 [10. 05. 2025].

Announcing Plans for London Expansion. Online. Pace Gallery. 2019. Dostupné z: <https://www.pacegallery.com/journal/announcing-plans-london-expansion/>. [cit. 2025-04-23].

Art market report 2024. Online. The Art Basel. 2024. Dostupné z: <https://theartmarket.artbasel.com/download/The-Art-Basel-and-UBS-Art-Market-Report-2024.pdf>. [cit. 2025-04-17].

ARTPLUS. *Analýza aukčního domu*. Online. In: ARTPLUS. Artplus. 2024. Dostupné z: <https://artplus.cz/cs/analyza-aukniho-trhu/>. [cit. 2025-02-22]. NIPOS. *Muzea a galerie*. Online. NIPOS. Statistika kultury. 2024. Dostupné z: <https://www.statistikakultury.cz/wp-content/uploads/2024/11/Muzea23.pdf>. [cit. 2025-04-18].

Arts Council England. Online. Wikipedia. 2024. Dostupné z: https://en.wikipedia.org/wiki/Arts_Council_England. [cit. 2025-04-10].

ARTS ECONOMICS. *The British Art Market in 2023*. Online. BAMF. British Art Market Federation. 2024. Dostupné z: <https://tbamf.org.uk/wp-content/uploads/2023/11/British-Art-Market-2023-Final-Low-Res-FINAL.pdf>. [cit. 2025-04-17].

BANZETOVÁ, Michaela. *Vlivné galerie, díl čtvrtý: White Cube. Instituce "Lepších lidí"*. Online. ČT Art. 2018. Dostupné z: <https://art.ceskatelevize.cz/inside/vlivne-galerie-dil-ctvrty-white-cube-instituce-lepsich-lidi-UPzUQ>. [cit. 2025-05-09].

Brexit Weakened the London Art Market, But There Are Signs That the Gallery Scene Is Stronger Than Ever. Online. Artnet. 2023. Dostupné z: <https://news.artnet.com/market/brexit-london-art-market-galleries-rebound-2374693>. [cit. 2025-04-10].

Britská ekonomika překvapila růstem, ale výhled na rok 2025 zůstává nejistý. Online. FXstreet.cz. 2025. Dostupné z: <https://www.fxstreet.cz/zpravodajstvi-174755.html>. [cit. 2025-04-11].

BROWN, Marc. *Visitors to UK attractions increasing but still below pre-Covid levels*. Online. The Guardian. 2024. Dostupné z: <https://www.theguardian.com/uk->

news/2024/mar/18/visitors-to-uk-attractions-increasing-but-still-below-pre-covid-levels. [cit. 2025-04-11].

CAIN, Abigail. *How the White Cube Came to Dominate the Art World*. Online. Artsy. 2017. Dostupné z: <https://www.artsy.net/article/artsy-editorial-white-cube-dominate-art>. [cit. 2025-02-22].

CIESLAR, Petra. *Vézt české umělce na Art Basel? Milionová investice, říká galeristka Katherine Kastner*. Online. Forbes Life. 2025. Dostupné z: <https://life.forbes.cz/vezt-ceske-umelce-na-art-basel-milionova-investice-rika-galeristka-katherine-kastner/>. [cit. 2025-05-11].

Co stojí za úspěchem megagalerií? Online. EduArt. 2025. Dostupné z: <https://www.eduartexperience.com/cs/art-stories/co-stoji-za-uspechem-megagalerií%3F>. [cit. 2025-04-10].

COATES, Gavin. *The Art Gallery: Everything You Need To Know*. Online. Naturalist Gallery. 2023. Dostupné z: <https://naturalist.gallery/blogs/faq/the-art-gallery-everything-you-need-to-know>. [cit. 2025-04-12].

Contemporary Art Market Trends from 1990 – Present. Online. Cleo von Luttichau. 2025. Dostupné z: <https://cleovonluttichau.com/blogs/the-canvas-chronicle/contemporary-art-market-trends>. [cit. 2025-04-16].

ČESKÁ TELEVIZE. *Ministerstvo kultury šetří, z akvizičního fondu galeriím na nákup umění letos nepřispěje: Akviziční fond ministerstva kultury*. Online. In: ČESKÁ TELEVIZE. ČT24. 2022. Dostupné z: <https://ct24.ceskatelevize.cz/clanek/kultura/ministerstvo-kultury-setri-z-akvizicniho-fondu-galeriim-na-nakup-umeni-letos-nepripseje-17537>. [cit. 2025-02-20].

ČESKÁ TELEVIZE. *Přelomová 90. léta a současnost*. Online. ČESKÁ TELEVIZE. IVysílání. 2015. Dostupné z: <https://www.ceskatelevize.cz/porady/10123096165-artmix/215562229000003/cast/389412/>. [cit. 2025-02-04].

ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. *Výdaje na kulturu*. Online. ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. Český statistický úřad. 2024, 27. 01. 2025. Dostupné z: <https://csu.gov.cz/vydaje-na-kulturu?pocet=10&start=0&podskupiny=094&razeni=-datumVydani>. [cit. 2025-02-20].

Češi stále více šetří na kultuře. Online. IDnes. 2024. Dostupné z: https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/kultura-pruzkum-soucasne-deni-setreni.A241102_131727_domaci_dyn. [cit. 2025-05-04].

David Zwirner launches the online platform Platform. Online. Art Rights. 2021. Dostupné z: <https://www.artrights.me/en/david-zwirner-launches-the-online-platform/>. [cit. 2025-04-14].

Divadla, muzea, památky. Online. Český statistický úřad. 2024. Dostupné z: https://csu.gov.cz/divadla-muzea-pamatky?pocet=10&start=0&podskupiny=091&razeni=-datumVydani#grafy___chart-muzea-a-galerie-v-cesku-uspora. [cit. 2025-04-21].

DRDOVÁ, Lucie. *Institute privátní galerie v České republice: Strategie galerijní prezentace a budování uměleckého jména.* Online, Disertační práce. Brno: Masarykova univerzita, Filozofická fakulta, 2017. Dostupné z: https://is.muni.cz/th/t75id/disertacni_prace_Lucie_Drdova_Institute_privatni_galerie_v_Ceske_republice.pdf. [cit. 2025-02-18].

DU TOIT, Danielle. *Buyers Blame Eden Gallery for NFT Losses in Struggling Market.* Online. Coinpaper. 2025. Dostupné z: <https://coinpaper.com/6833/buyers-blame-eden-gallery-for-nft-losses-in-struggling-market>. [cit. 2025-05-01].

Dvorak Sec Contemporary. Online. Art Facts. 2025. Dostupné z: <https://artfacts.net/institution/dvorak-sec-contemporary/20110>. [cit. 2025-04-24].

Economic contribution of arts and culture. Online. Arts Council England. 2025. Dostupné z: <https://www.artscouncil.org.uk/developing-creativity-and-culture/art-culture-and-economy/economic-contribution-arts-and-culture#t-in-page-nav-2>. [cit. 2025-04-11].

Economy of England. Online. Wikipedia. 2025. Dostupné z: https://en.wikipedia.org/wiki/Economy_of_England. [cit. 2025-04-11].

Explore our platform for minting, exhibiting, and collecting NFTs. Online. Pace Gallery. 2022. Dostupné z: <https://www.pacegallery.com/pace-verso/>. [cit. 2025-04-14].

FARRANT, Theo. *Culture Art London's HOFA Gallery and Phillips launch 'SPACES' exhibition: A celebration of technology and art.* Online. Euro News. 2024. Dostupné z: <https://www.euronews.com/culture/2024/10/03/spaces-humans-and-technology-collide-in-hofa-gallery-latest-digital-art-exhibition>. [cit. 2025-04-14].

FLETCHER, Pamela. *On the Rise of the Commercial Art Gallery in London*. Online.

BRANCH. 2012. Dostupné z: https://branchcollective.org/?ps_articles=pamela-fletcher-on-the-rise-of-the-commercial-art-gallery-in-london. [cit. 2025-03-20].

Freelands Art Fund Acquisition. Online. Art Fund. 2024. Dostupné z:

<https://www.artfund.org/professional/get-funding/programmes/freelands-art-fund-acquisition>. [cit. 2025-04-11].

Gagosian Gallery. Online. Caruso St John Architects. 2025. Dostupné z:

<https://carusostjohn.com/projects/gagosian-galleries/>. [cit. 2025-04-12].

Galerie Via Art. Online. ArtMap. 2025. Dostupné z: <https://www.artmap.cz/galerie-via-art/>. [cit. 2025-02-17].

GERE, Charlie. *New Media Art and the Gallery in the Digital Age*. Online. *Tate Papers*.

2004, roč. 1, č. 2, s. 12. ISSN 1753-9854. Dostupné z:

<https://www.tate.org.uk/research/tate-papers/02/new-media-art-and-the-gallery-in-the-digital-age>. [cit. 2025-04-14].

HÁJEK, Václav; KUDRNA, Jan; ROPKOVÁ, Barbora a VAŇOUS, Petr. *Spectrum*. V Praze: BiggBoss, 2020. ISBN 978-80-907383-8-6.

HARRIS, Gareth. *Global mega-galleries are putting the squeeze on smaller operators*.

Online. The Art Newspaper. 2013. Dostupné

z: <https://www.theartnewspaper.com/2013/11/05/global-mega-galleries-are-putting-the-squeeze-on-smaller-operators>. [cit. 2025-05-09].

HARRIS, Laura. *Private View? The Organisational Performance of 'Privateness' and 'Publicness' at an Art Gallery*. Online. Sage Journals. 2023. Dostupné z:

<https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/17499755221147610?icid=int.sj-abstract.similar-articles.7&>. [cit. 2025-04-11].

History of Hauser & Wirth London. Online. Hauser & Wirth. 2018. Dostupné z:

<https://www.hauserwirth.com/news/2274-history-hauser-wirth-london/>. [cit. 2025-04-10].

HORÁK, Jan, HORÁK, Ondřej (ed.). *Místa počínů: historie výstavních prostorů u nás od 19. st. po současnost*. Praha: Komunikační prostor Školská 28, 2010. ISBN 978-80-254-8775-4.

HUGHES, Robert. *Art: The Great Massacre of 1990*. Online. Time. 1990. Dostupné

z: <https://time.com/archive/6716611/art-the-great-massacre-of-1990/>. [cit. 2025-05-08].

- Hunt Kastner*. Online. Art Facts. 2025. Dostupné z: <https://artfacts.net/institution/hunt-kastner/10211>. [cit. 2025-04-26].
- IDNES.CZ. *Většina Čechů považuje kulturu za důležitou, přesto na ní šetří*. Online. IDNES.CZ. IDnes.cz. 2023. Dostupné z: https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/kultura-cesi-cesko-finance-divadlo.A231208_182651_domaci_seel. [cit. 2025-02-22].
- J&T BANKA. *Trh s uměním 2023*. Online. J&T BANKA. J&T Banka Art Report. 2024. Dostupné z: <https://www.jtbank.art/report>. [cit. 2025-03-05].
- Jan Skřivánek. *Osobní komunikace* [osobní rozhovor], 22. 04. 2025.
- Klíčová zjištění průzkumu návštěvnického zážitku 2024*. Online. Cabinet of Wonders. 2025. Dostupné z: <https://cabinetofwonders.net/downloads/report-navstevnicky-zazitek.pdf>. [cit. 2025-05-07].
- KOLBE, Kristina. The art of (self)legitimization: how private museums help their founders claim legitimacy as elite actors. Online. *Socio-Economic Review*. 2023, roč. 3, č. 22, s. 1119–1140. Dostupné z: <https://academic.oup.com/ser/article/22/3/1119/7266766>. [cit. 2025-04-11].
- Kontakt*. Online. The Chemistry Gallery. 2025. Dostupné z: <https://www.thechemistry.art/kontakt>. [cit. 2025-02-17].
- KRATINOVÁ, Hana. *Porovnání britského a českého školství zejména z hlediska managementu školy*. Online, Bakalářská práce. Praha: Univerzita Karlova, Pedagogická fakulta, 2012. Dostupné z: https://dspace.cuni.cz/bitstream/handle/20.500.11956/41066/BPTX_2011_2__0_285486_0_114697.pdf?sequence=1. [cit. 2025-04-12].
- LAPEŠOVÁ, Karolína. *Fenomén Behémót*. Online, Magisterská práce. Ústí nad Labem: Univerzita Jana Evangelisty Purkyně v Ústí nad Labem, 2024. Dostupné z: <https://theses.cz/id/6exv1g/>. [cit. 2025-02-18].
- LATINA, Jiří. *Obchodu s uměním se loni nedařilo. Otazník visí i nad letoškem, říká zpráva*. Online. Dnes.cz. 2024. Dostupné z: https://www.idnes.cz/ekonomika/zahranicni/umeni-prodeje-cina-usa-obchodnici-aukce-galerie-investice.A240318_121425_eko-zahranicni_jla. [cit. 2025-04-11].

LINDAUROVÁ, Linda. *Češi sbírají jen obrazy. Jiných médií se bojí*. Online. Hospodářské noviny. 2020. Dostupné z: <https://archiv.hn.cz/c1-66738610-cesi-sbiraji-jen-obrazy-jinych-medii-se-boji>. [cit. 2025-05-11].

London Twelve: současné britské umění = contemporary british art. Praha: Galerie hlavního města Prahy, 2012. ISBN 978-80-7010-711-9.

Matt's Gallery. Online. Art Facts. 2025. Dostupné z: <https://artfacts.net/institution/matt-s-gallery/12718>. [cit. 2025-04-29].

Mayfair's Art Scene In 2025: A Contemporary Analysis Of Private Galleries. Online. Mayfair London. 2025. Dostupné z: <https://www.mayfair-london.co.uk/mayfair-art-scene-2025-private-galleries/>. [cit. 2025-04-12].

MEČOVSKÝ, Robert. *Počátky soukromých galerií*. Online. Art+. 2015. Dostupné z: <https://artplus.cz/cs/aukni-zpravodajstvi/1/pocatky-soukromych-galerii>. [cit. 2025-05-04].

MINISTERSTVO KULTURY. *Výroční zpráva ministerstva kultury 2023*. Online. MINISTERSTVO KULTURY. Ministerstvo kultury. 2023. Dostupné z: https://mk.gov.cz/doc/dokumenty_file/vyrocnizprava-ministerstva-kultury-za-rok-2023-1734.pdf. [cit. 2025-02-20].

NEČÁSKOVÁ, Pavlína. *Čeští sběratelé jsou konzervativní, chybí tu současné umění, říká expert. Nejdražší díla jsou od Toyen*. Online. Český rozhlas. 2023. Dostupné z: https://www.irozhlas.cz/kultura/vytvarne-umeni/cesti-sberatele-umeni-konzervativci-nejdrazsi-toyen_2312211122_epo. [cit. 2025-02-25].

Nejvlivnější čeští umělci 21. století: Kdo formuje současnou scénu. Online. Zóna umění. 2025. Dostupné z: <https://www.zonaumeni.cz/blog/nejvlivnejsi-cesti-umelci-21-stoleti-kdo-formuje-soucasnou-scenu>. [cit. 2025-02-25].

New government scheme to promote next generation of UK artists around the world. Online. GOV.UK. 2022. Dostupné z: <https://www.gov.uk/government/news/new-government-scheme-to-promote-next-generation-of-uk-artists-around-the-world>. [cit. 2025-04-11].

NICKELL, Joe Ashbrook. *Art Auction Gold Rush*. Online. Wired. 1999. Dostupné z: <https://www.wired.com/1999/05/art-auction-gold-rush/>. [cit. 2025-04-16].

NIPOS. *Muzea a galerie*. Online. In: NIPOS. Statistika kultury. 2024. Dostupné z: <https://www.statistikakultury.cz/wp-content/uploads/2024/11/Muzea23.pdf>. [cit. 2025-04-18].

Number of visitors to the Tate Modern in London from 2007 to 2023. Online. Statista. 2023. Dostupné z: <https://www.statista.com/statistics/247431/yearly-visitors-to-the-tate-modern-in-london/>. [cit. 2025-04-12].

O nás. Online. Trafo Gallery. 2025. Dostupné z: <https://trafogallery.cz/o-nas>. [cit. 2025-02-17].

POOKE, Grant. *Contemporary British Art: An Introduction*. Online. Routledge, 2012. ISBN 978-1135654900. Dostupné z: <https://www.amazon.es/Contemporary-British-Art-Introduction-English-ebook/dp/B00ABLE87O>. [cit. 2025-04-29].

Press Release. Online. Art Basel. 2023. Dostupné z: https://d2u3kfwd92fzu7.cloudfront.net/The_Art_Basel_and_UBS_Survey_of_Global_Collecting_in_2023_EN.pdf. [cit. 2025-04-11].

Projects. Online. Gagosian Galleries. 2025. Dostupné z: <https://carusostjohn.com/projects/gagosian-galleries/>. [cit. 2025-04-10].

PTÁČEK, Jiří. *MALÁ ZÁHADA: GALERIE MXM, ZAZDĚNÝ POKLAD A KRY PAMĚTI*. Online. ČESKÁ TELEVIZE. ČT Art. 2018. Dostupné z: <https://art.ceskatelevize.cz/inside/mala-zahada-galerie-mxm-zazdeny-poklad-a-kry-pameti-EFLV2>. [cit. 2025-02-15].

QUEMIN, Alain. *The Social World of Galleries*. Online. 17 Oct 2024. Bloomsbury Publishing, 2024. ISBN 9781350370944. Dostupné z: <https://www.bloomsburycollections.com/monograph?docid=b-9781350370951>. [cit. 2025-04-21].

Reforma dotačního programu Akviziční fond. Online. Ministerstvo kultury. 2025. Dostupné z: <https://mk.gov.cz/novinky-a-media-cs-4/6035cs-reforma-dotacniho-programu-akvizicni-fond>. [cit. 2025-05-07].

REMEŠOVÁ, Anna. *Nakupujeme umění, ale málo*. Online. Artalk. 2023. Dostupné z: <https://artalk.info/news/nakupujeme-umeni-ale-malo>. [cit. 2025-02-17].

RESSOLUTION GROUP. *Muzea navštěvuje pětina Čechů aspoň jednou za čtvrt roku, z témat nejvíce láká historie, kulturní bohatství ČR a příroda*. Online. Pro výzkum. 2024.

Dostupné z: <https://provyzkum.cz/kratke-zpravy/muzea-navstevuje-petina-cechu-aspon-jednou-za-ctvrt-roku,-z-temat-nejvice-laka-historie,-kulturni-bohatstvi-cr-a-priroda.html>. [cit. 2025-05-20].

Robin Klassnik. Online. Wikipedia. 2024. Dostupné z: https://en.wikipedia.org/wiki/Robin_Klassnik. [cit. 2025-04-29].

Ročenka Art+: Trh s uměním v roce 2023. 2024, roč. 2023, č. 11. Praha: Art & Antiques, 2024. ISBN 978-80-905474-6-9. ISSN 978-80-908095-1-2.

S poklesem inflace dochází ve Spojeném království k postupnému snižování úrokových sazeb. Online. CzechTrade. 2024. Dostupné z: <https://www.czechtrade.cz/sluzby/poradenstvi-prilezitosti-informace/aktuality/s-poklesem-inflace-dochazi-ve-spojenem-kralovstvi-k-postupnemu-snizovani-urokovych-sazeb>. [cit. 2025-04-11].

SKŘIVÁNEK, Jan. *Nejdražší obraz a další rekordy*. Online. ART+. Art+. 2020. Dostupné z: <https://artplus.cz/cs/auction-news/1/nejdrazsi-obraz-a-dalsi-rekordy>. [cit. 2025-02-25].

SKŘIVÁNEK, Jan. *Podpora trhu se současným výtvarným uměním*. Online. Ministerstvo kultury. 2010. Dostupné z: https://mk.gov.cz/doc/cms_library/podpora-trhu-se-soucasnym-vytvarnym-umenim-1926.pdf. [cit. 2025-02-22].

SLOUPOVÁ, Andrea. *Galerie umění a akviziční politika v době normalizace*. Online, Disertační práce. Praha: Univerzita Karlova, Filozofická fakulta, 2016. Dostupné z: <https://dspace.cuni.cz/bitstream/handle/20.500.11956/82464/140052604.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. [cit. 2025-02-18].

Stephen Friedman Gallery. Online. Art Facts. 2025. Dostupné z: <https://artfacts.net/institution/stephen-friedman-gallery/147>. [cit. 2025-05-02].

STERLING, Bruce. *All surviving art is Internet art now*. Online. 2020. Dostupné z: <https://www.wired.com/beyond-the-beyond/2020/04/surviving-art-internet-art-now/>. [cit. 2025-04-14].

STUHLÍK, Jan. *Průzkum: Sběratelé chtějí vidět současné umění na aukcích*. Online. ART+. Art+. 2022. Dostupné z: <https://artplus.cz/cs/aukcni-zpravodajstvi/1/pruzkum-sberatele-chteji-videt-soucasne-umeni-na-aukcich>. [cit. 2025-03-15].

ŠEVČÍKOVÁ, Lucie a ŽÁKOVÁ, Eva (ed.). *Sbírat umění: dílčí aspekty sběratelství a trhu se současným uměním v ČR*. V Praze: Institut umění – Divadelní ústav, 2017. ISBN 978-80-7008-383-3.

The British Art Market 2023. Online. ARTS ECONOMIC. BAMF. 2024. Dostupné z: <https://tbamf.org.uk/wp-content/uploads/2023/11/British-Art-Market-2023-Final-Low-Res-FINAL.pdf>. [cit. 2025-04-12].

TŘEŠTÍK, Michael. *Muzea a galerie v Praze*. Ed. Praha: Agentura, Kdo je kdo, 2000, 2000. ISBN 80-902586-4-6.

V&A Purchase Grant Fund. Online. Arts Council England. 2025. Dostupné z: <https://www.artscouncil.org.uk/our-open-funds/arts-council-england-va-purchase-grant-fund>. [cit. 2025-04-10].

Victoria Miro. Online. Art Facts. 2025. Dostupné z: <https://artfacts.net/institution/victoria-miro/1333>. [cit. 2025-04-21].

VIVEROS-FAUNÉ, Christian. *From Gallery to Mega-Gallery and Back: A (Short) History*. Online. Fart. 2022. Dostupné z: <https://chartartfair.com/journal/people/from-gallery-to-mega-gallery-and-back-a-short-history>. [cit. 2025-04-17].

WILLIAMS, Ben. *Analysis of the London Art Market*. Online. The London Economic. 2023. Dostupné z: <https://www.thelondoneconomic.com/lifestyle/my-business/analysis-of-the-london-art-market-363507/>. [cit. 2025-04-29].

Zdeněk Sklenář. Online. Zdeněk Sklenář. 2025. Dostupné z: <https://www.zdeneksklenar.cz/umelci/zdenek-sklenar->. [cit. 2025-02-17].

ZMĚLÍKOVÁ, Aneta. *Soukromé galerie současného umění a jejich výstavní program*. Online, Diplomová práce. Brno: Masarykova univerzita, Filozofická fakulta, 2013. Dostupné z: <https://theses.cz/id/r39427/>. [cit. 2025-02-18].

Žebříček umělců. Online. J&T BANKA. J&T Banka Art Index. 2024. Dostupné z: <https://www.jtbank.art/zebricek-umelcu>. [cit. 2025-02-25].

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek 1 Akviziční fond Ministerstva kultury ČR v letech 2017–2022	24
Obrázek 2 Vývoj počtu výstav a návštěvnosti v letech 2003–2023 v ČR.....	25
Obrázek 3 Vývoj trhu umění v letech 2007–2024 v ČR.....	26

SEZNAM TABULEK

Tabulka 1 Komparační otázky (zdroj: autorka)	68
--	----

SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK

ACE	Arts Council England
BAMF	British Art Market Federation
CJCH	Cena Jindřicha Chalupeckého
DCMS	Department for Digital, Culture, Media and Sport
FEAGA	Federation of European Art Galleries Association
KKP	Kulturní a kreativní průmysl
ONS	Office for National Statistics
PEC	Creative Industries Policy and Evidence Centre
SLAD	The Society of London Art Dealers
VB	Velká Británie

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha P I: Rozhovor s odborníkem na český trh

Příloha P II: Rozhovor se sběratelem

Příloha P III: Komparační tabulka galerií

PŘÍLOHA P I: ROZHOVOR S ODBORNÍKEM NA ČESKÝ TRH

Odpovědi ze dne 22. 4. 2025, poskytl: Jan Skřivánek, odborník na trh s uměním, kritik

1. Jak byste charakterizoval český současný trh s uměním a jaké jsou jeho hlavní výzvy a příležitosti?

Já si myslím, že český trh s uměním je hodně rozvinutý. Že vlastně ty objemy, které se dosazují jako celkové částky, ty aukční rekordy, hlavně v oblasti moderny, tak vlastně ukazují, že je tady silná sběratelská obec a myslím si, že se to rozšiřuje i na současné umění, že těch současných umělců, tzv. malířů, kteří jsou schopní se tím živit, tak je rozhodně víc, než jich bylo před nějakými patnácti až dvaceti lety. Nesetkávám se s tím, že by někdo nařikal na to, že není zájem atd. Že vlastně spíš budou umělci, co tam neprodávají nebo mají problém prodat, o tom žádná, ale není to plošné a pak je řada autorů, kteří naopak jsou schopní vyprodat věci ještě dřív, než je namalují. V tomhle si myslím, že je to hodně rozvinuté.

Co je za mě dlouhodobě problém je, že to je strašně lokální trh, že si jedeme své autory, které zajímají české publikum a je to odtržené od věcí světa. V případě moderního poválečného umění se sem ty věci vracejí, což je dvojsečné. Je hezké, že se objevují kvalitní věci, co tu dlouho nebyly vystaveny nebo třeba nikdy a pak je možné je zapůjčovat na výstavy. Čili v tom je to fajn. Druhá věc je, že se tím umění ještě zmenšuje, když všechno včetně Kupky bude jen v České republice, tak to pro nás není dobře. Myslím, že čím dál méně se děje, že je sbírají i zahraniční sběratelé a objevují se v zahraničních sbírkách. Většina těch galerií nemá ambici fungovat mezinárodně, mají svoji jistotu na českém trhu a vůbec se nesnaží, což jako byznysový plán je úplně v pořádku, ale z hlediska mezinárodního fungování je to trochu k ničemu, protože to umělce nikam neposouvá.

- 2. A taky je fakt, že nejvýraznější čeští umělci se do světa dostali přes zahraniční galerie. Cítíte tam tendenci, nebo já to tak vnímám, možná mi to vyvrátíte, při zkoumání prostředí Londýna jsem zjistila, že je to diametrální jiné prostředí a historie, ale cítím, že ten trh svým způsobem vedou významná jména umělců a ti sběratelé to okamžitě chtějí taky, ale v České republice tu linku vedou naopak sběratelé, toho, co se bude prodávat. Cítíte to tak taky?**

Je to možné, Václav Magid kdysi vydal na Art Talku článek, že v České republice neexistuje nic jiného než emerging artist, že nikdo neudělá ten další krok a je pár autorů, co si jedou své a mají svůj okruh jako sběratelé, takže třeba Pepa Bolf je dneska v takové pozici, ale je to taky tím, že tady není tak funkční hierarchie a provázanost toho, že když někdo vystavuje v menších galeriích, pak se dostane do větších, pak se dostane do krajských, pak se dostane do Národní galerie, tak tohle tady vlastně není. Instituce v tom moc nepomáhají.

A myslím si, že pak sběratelé asi hrají možná trochu disproporční roli, že od sebe navzájem opisují, protože vlastně není ta autorita těch institucí. No vlastně to se vrátí třeba v J&T Banka Art Indexu, který je založený na tom, že nezohledňuje ceny, ale zohledňuje vlastně institucionální úspěch. V jaké společnosti se ten umělec objevuje, které instituce jej vystavují, je ukázkou nějakého jeho úspěchu a platí to víc v tom zahraničí než tady, protože je to těžké. Asi pořád výstava, samostatná výstava v Rudolfinu a samostatná výstava v Městské knihovně a jinak je to trochu těžké, že v rámci té scény je vůbec vnímaný, že Dům umění České Budějovice má super výstavní program a tak dále, ale je to vlastně velice komunitní záležitost, která nemá rezonanci mimo a je otázka, jak to funguje směrem ven. A třeba se to teď změní, když Kunsthalle Praha hlásí, že už má přes tisíc návštěvníků, tak třeba dokážou něco podobného dělat i s českými umělci. Ale pro mě dlouho bylo takovou referencí, že když byla výstava k devadesáti letům Zdeňka Sýkory, takže ji vidělo třináct tisíc lidí.

A to je já nevím, jestli to bylo v roce 2012 nebo kolik to bylo, a už tehdy byl Sýkora slavný a už to nefunguje a je ostuda neznat současné umění. Nemusí se mi to líbit, ale retrospektivy k devadesáti letům takovýchto umělců bych měl vidět, abych byl „up to date“ a to tady ve vztahu k výkladu umění nefunguje. Zvláště rád používám příklad, když, myslím, že to bylo loni, byl v poradce prezidenta Petr Kolář, vrcholný diplomat, který byl velvyslancem, myslím v Rusku, pak velvyslancem ve Spojených státech čili vrchol establishmentu a tweetoval fotku plátna od Lucio Fontana v Muzeu moderního umění v New

Yorku s nějakou vtipnou poznámkou. Ha ha ha, tohle se mi taky stalo, když jsem omylem prořízl Gauguina. A čili, když až na této úrovni je přijatelná nebo taková míra ignorance, tak je to pak rozšířené široce v této společnosti. A i u těch sběratelů se daleko víc orientuje jeden podle druhého a mnohem víc fungují někteří sběratelé jako reference než jako některé instituce.

3. Děkuji za konkrétní příklady a jsem ráda, že to zmiňujete. A vlastně bych navázala na role privátních galerií, které obchodují se současným uměním, které, možná, bude v budoucnu nějakým kulturním dědictvím, když to přezenu. Mají tak galerie nějakou zodpovědnost, narážím tak na společenský přesah, byť třeba edukovat veřejnost právě z toho důvodu, o kterém mluvíme?

Mají a nemají, že jo. Především jsou to nakonec podnikatelské aktivity a záleží, co si z toho, kdo vybere. V tomhle je třeba někdo jako Zdeněk Sklenář, kterého mi přijde škoda, že nejde do světa, že vlastně nikdy o ty veletrhy neměl zájem, nezkusil toho Karla Malicha. Byť si myslím, že to je vlastně ta vrstva, která je konzervativní a nikde jinde nechce být. Takže tohle nikdy neudělal, na druhou stranu za ním zůstávají krásné knihy, že na to dbá a ta produkce v tomhle je úžasná. Proti tomu Martin Kodl zatím jenom jezdí ty rekordy a s těmi knihami, dobře teď jich už pár taky je, ale v mnohem menší míře, než by odpovídalo tomu obratu.

Za mě ty galerie jsou strašně důležité a mají obrovský potenciál a některé věci nikdo jiný, než soukromá galerie udělat nemůže. I když se mluví o erozi galerijní role, že všichni jsou daleko víc zvyklí koukat na Instagram a sbírat takové mince, tak se možná v tomto role těch galerií oslabuje. Ale mně přijde důležité a zajímavé, že galeristé současného umění jsou strašně obdivováni, protože kurátor nenese žádnou zodpovědnost, oni do toho jdou se svými penězi a už jenom ta volba, vystavím toho a ne tamtoho, tak jsou nějaká rozhodnutí, za která se oni ručí svými penězi. A když si to člověk představí úplně minimální náklady, minimální nájem, jeden asistent, věším si to sám a tak dále, tak se dostane k takovým číslům měsíčního obratu, že dostat to v obrazech je nemožné. Dokážu si představit, že to jde jeden měsíc, druhý měsíc, tři měsíce, ale opravdu 12 měsíců v roce se podaří prodat v obrazech za nějaké 300 tisíc až půl milionů, což bude jako úplné minimum. Budeme počítat, že z toho má galerie nějakých 50 %, tak v tom je to obdivuhodné.

A problém u nás taky je, že vlastně je strašné, nebo aspoň směrem k široké veřejnosti, že je zmatek v tom pojmu galerie. Že to znamená všechno od Národní galerie, až po výstavní síni, které fungují ad hoc, nebo že žijí hlavně z grantů, až po opravdové galerie, které se snaží fungovat s tím galerijním systémem, kdy mají omezený okruh umělců, který zastupují a s kterými pracují dlouhodobě. A těch je tady 4-5, to je vlastně strašně málo.

4. Napadají vás nějaké konkrétní nástroje nebo prostředky, kterými by mohly soukromé galerie posílit trh se současným uměním?

Ne, ale teď dokonce je iniciativa za zrušení DPH, nebo snížení DPH, a to si myslím, že je klíčové, protože to, že je to vytvoření těch základních daní, tak je vlastně šílené. Protože je to ze strašných peněz a prodražuje to a samozřejmě to je zdefinancováno tím zbytečným, ale samozřejmě to ještě víc ztěžuje. Taková ta představa, že si člověk koupí jeden obraz domů na zeď, tak to se moc neděje, že jo, že mnohem víc jsou ti sběratelů, co pak nakupují nějak systematicky a zejména vůči těm, prostě lidem, co jenom chtějí mít jeden hezký obraz doma v obývací místnosti, tak pro ně je to sakra rozdíl, jestli obrazu za 300 tisíc připočítají 21 % DPH, nebo jestli je osvobodí od DPH, tak to by byla velká věc.

A vlastně si myslím, že tady na té domácí scéně ty galerie, že těch je vlastně dost anebo umělci prodávají sami, že tam vlastně mnoho nevidím, co by pomohlo. Galerie se budou snažit jezdit na ty veletrhy a budou se snažit fungovat mezinárodně. Ale i v tom už jsou nějaké podpory jako granty na tu mobilitu a možnost účastnit se na veletrzích, takže v tom se něco děje. Druhá věc je, že samozřejmě zaujmout na tom mezinárodním trhu je těžké a v okamžiku, kdy ti všichni autoři se cenově pohybují do 10 tisíc eur nebo 15 tisíc eur, tak vlastně to skoro nejde dělat, ne jako byznysově, že to je jako věc prestiže, služba pro umělce, ale ony by potřebovaly, aby vedle těch umělců za 15 tisíc eur měly nějakého za 100 tisíc eur a ty prostě nejsou, nebo jsou to prostě ti, kteří zajímají zase jenom jako Čechy, takže v tom je to.

5. A co se týče důvěryhodnosti galerií, napadá mě třeba nějaká aktivita, třeba skrze asociace, která by budovala důvěryhodnost u široké veřejnosti?

Já si myslím, že je tam i velké nepochopení na té straně, co vlastně ty galerie dělají. Problém té výtvarné scény je, nebo obecně trh s uměním není jeden trh, ale jsou to desítky dílčích trhů. To že jdou nahoru věci Františka Kupky vlastně nemá žádnou relevanci pro to, co se děje se současným uměním, nebo má, ale velice zprostředkovanou. A zároveň i ty skupiny publika jsou často dost oddělené, někoho zajímají pováleční umění a k současnému bude mít aktivní odpor. Což si myslím, že v těch jiných sférách kultury úplně tak vyhraněné není. Ve výtvarném umění je trochu snadné najít se u toho co mě zajímá. Je těžké vytvářet aliance, protože se strašně rychle dostanu do pozice, když mě tohle to nezajímá, tohle podle mě není umění, s tímhle já nechci být.

Myslím, že ta konstantní snaha za zrušení DPH je dobrá a přesně tam je už jenom to, že je tam Hunt Kastner a Trafo Gallery, které taky dlouho byly, podle mě tak ne úplně antagonistické, ale trochu rozdílné linie. Takže to možná je dobré. A obecně je problém, že ta nabídka je ohromná, že kdyby se člověk jenom snažil chodit na všechny vernisáže a co by tak měl, tak nedělá nic jiného. A i doprovodné programy, i ty komerční galerie se je snaží dělat. To není, že by to nikdo nevěděl, co vlastně je důležité v tom šumu. A tak když jsme před lety rozjížděli Prague Art Week, nebo tady se to jmenovalo ještě Týden umění, tak v jediném týdnu bylo asi 100 akcí nebo přes 100 akcí. A za mě to bylo tak, že většina nebyla speciálně vymyšlená k týdnu umění. Dnes bude v normálním týdnu 30 až 50 akcí. To publikum pro to není zase tak velké. Takže nevím, co bych doporučil.

6. Pak mě napadá, to že nedisponujeme daty od dealerů a soukromých galerií, v čem to spočívá?

Ty data jsou vždycky problém. Když se člověk koukne na to, co dělá Claire McAndrews – UBS průzkum, je to asi 14 dní, nebo kdy to bylo zveřejněný, tak tam to stojí na tom, že to ti dealeri sami reportují. Čili není způsob, jak to ověřit. No a v České republice by tohle dělat nešlo. Vzájemně i ty aukce jsou problematické. Nelze ověřit, kolik těch prodejů skutečně proběhlo. Zároveň si myslím, a byl jsem toho spoluvíníkem, byť si myslím, že se to s tím diskurzem umění, jako investice, strašně přehnalo. A že to byl vlastně nesmysl, že když se

píše v obecných médiích o investování do umění, tak to vyznívá – koupím na aukci obraz, pět let mi visí na zdi, pak ho odnesu zpátky do té aukční scény a skvěle na tom vydělám. A myslím si, že rozhýbávat se současným uměním přes investice je nešťastné, ale bohužel je to srozumitelnější o tom mluvit a psát to přes ty peníze. A tak se to stalo dominantním způsobem, jak o tom mluvit.

7. Ted' se trochu dotknu médií. Zajímá mě, co si myslíte o tom, jak česká média informují širokou veřejnost.

Já už nevím, která média jsou relevantní, nebo co to znamená. Já to vidím tady u nás na výstavách, že já samozřejmě jsem rád, když někde bude recenze a nejlépe v tištěné médiu, ale je to jedno z hlediska návštěvnosti, tak jestli to je jeden den na Lidovky.cz nebo není. Z hlediska návštěvnosti to nemá vlastně žádný vliv. A pak funguje nejvíc to, což je odstrašující příklad, nebo ne odstrašující, ale v něčem ilustrativní. To, že už dva roky nebo ještě déle, minimálně dva a půl roku, stojí fronta lidí před městskou knihovnou, aby se šli podívat na ten idiom od Matěje Kréna. Kousek, který tam předtím dvacet let stál, nepovšimnutý, tak teď lidé stojí frontu, aby si všichni udělali ten stejný záběr na Instagram, pohled dovnitř, pohled nahoru, pak ten za vámi, aby vás vyfotil předtím a pak jde další a je tam děsná fronta. A nemá to žádný vliv na to, že o patro výše je výstavní síň. Prvně se to nějak neprojevilo, takže média informují, ale záleží na návštěvnosti mnohem víc, když je něco instagramovatelné, je to jenom určitý typ umění, je tak vizuálně výrazný.

Pořádně to, co dělá Lotava, i reportáže, co jsou události v kultuře, tak za mě jsou dostatečné. Nejdříve bychom chtěli, abychom tam byli častěji nebo něco takového, ale tohle je za mě, co nejvíc vždycky mě přišlo, výtvarná komunita. Nechybí mi recenze, mě chybí to zpravodajství, abychom byli schopni psát o výtvarném provozu. Třebaže náměstek na ministerstvu má na starosti tohle, vědět, co se děje v Národní galerii, kam se posunul projekt, stavba depozitu na Nových Butovicích, jak se to vyvíjí, že chybí tohle to, kontinuální sledování těch věcí a jenom občas nějaký velký průser, ale takový to základní, aby ta témata týkající se výtvarného provozu byla relevantní kulturní témata. Výtvarné umění tady bylo vždycky tak trochu v menšině. Dneska je vlastně jediný Honza Vitvar, jako výtvarný redaktor v Respektu, pak Magdalena Čeklovská, která byla dlouho v Hospodářských novinách, pak na Aktuálně a teď ke konci prosince ukončili pracovní poměr asi po 25 letech.

8. Vlastně jsem se opírala i o vaši práci z roku 2010, kdy jste vypracovával, myslím, pro Institut umění analýzy a doporučení konkrétně pro oblast výtvarného současného umění. Tam se hodně věnujete podpoře současného umění ze strany států. Změnilo se něco od té doby? Obecně změnilo se něco v tom celém mechanismu?

Je určitě dobrý, což hodně využíváme, ten akviziční fond, kdy Ministerstvo kultury přispívá galeriím nebo muzejním sbírkám, které jsou zapsané v Centrální evidenci sbírek, tak až 70 % na nákup děl současného umění, které je definované, že jsou to díla mladší padesáti let, ani to nemusí být od žijících autorů, ale díla mladší padesáti let, což je dobrý a je to aspoň něco.

Ten rozdíl, že granty v ostatních oblastech kultury nakonec nějakým způsobem aspoň část těch peněz proteče k těm samotným umělcům. Když podporujete divadlo, tak to nakonec znamená, že podporujete herce, konečně, když podporujete ale galerie, tak z toho umělci nemají nic, nebo celý je to jenom založené na tom, že oni mají ten symbolický kapitál nebo získávají prestiž a tím pak si mohou prodávat za vyšší ceny. Je to hodně zprostředkované a v tom se to asi mnoho neposunulo.

Já si myslím, že ten problém asi není primárně v nějaké podpoře státu, problém je v celkovém nastavení a důležitosti toho výtvarného umění, jak moc jsou lidi zvyklí chodit do muzeí a galerií a berou to jako relevantní formu nějakého trávení volného času nebo nějakého svého kulturního dění, nebo jak tomu říkat. A pak maximálně v té daňové legislativě pak by šlo lépe fantazírovat o tom, že si to mohou firmy odepisovat nebo něco, ale vlastně ani o tom nejsem tak přesvědčený, že to je to důležité a myslím si, že firmy dneska už moc ani sbírat nechtějí nebo že to není tak zvlášť důležitá cesta.

A takhle já si myslím, že je to hodně saturované, že jenom když si člověk vezme, kolik je těch galerií, tak my jsme tady jako to první soukromé muzeum nebo my jsme ve skutečnosti polosoukromé muzeum, ale pak vznikla Vaněk galerie, která dnes už neexistuje, na tom místě je Fait, byť ten možná bude ukončen, že v Olomouci je Telegraph, v Ostravě Světlík, provozuje vlastně GONG, je tam Miura Hotel, EPO v Turnově, čili že vlastně těch soukromých, 8smička v Humpolci, Kunsthalle Praha, tamhle trochu po proudu, takže vlastně těchto aktivit je hodně, já nemůžu říct, že mám pocit, že ta scéna v tomhle nějak strádá, ale je to hodně domácí.

PŘÍLOHA P II: ROZHOVOR SE SBĚRATELEM

Odpovědi ze dne 23. 4. 2025, poskytl: Tomáš Ciba, sběratel / Tomas Ciba Collection

1. Jak byste charakterizoval český současný trh s uměním? Jaké jsou jeho hlavní výzvy a příležitosti?

Český současný trh s výtvarným uměním je hodně pestrý, se stále převažující oblibou malby; osobně však vidím v posledních 4–5 letech zájem i o současnou kresbu, sochu, sklo a nová média (zvukové nahrávky, digitální umění). Příležitostí a určitým pozitivem je, že od doby pandemie covidu-19 vstoupilo na trh mnoho dalších milovníků umění a nových sběratelů, kteří kupují současné umění stále více. Vzniklo také několik soukromých muzeí umění nebo art zón, např. 8smička v Humpolci, Telegraph v Olomouci nebo Epo1 v Trutnově.

Výzvou zůstává stále fakt, jak systematicky a dlouhodobě podporovat mladé umělce vycházející z vysokých uměleckých škol (každý rok jich může být kolem 80–100 absolventů ze všech vysokých uměleckých škol), kteří řeší např. získání ateliéru, marketing a sebe prezentaci, logistiku a další provozní věci. Určitě je stále velký prostor pro vznik dalších privátních galerií, které by dlouhodobě spolupracovaly a podporovaly mladé umělce.

A další výzvou v praxi zůstává, zda se v České republice podaří prosadit snížení sazby DPH na výtvarné umění ze současných 21 % na 7 %, aby nákup současného umění nebyl stále oblíbenou aktivitou několika movitých sběratelů a investorů do umění.

2. Jaké role by podle Vás měly naplňovat privátní galerie v ekosystému trhu s uměním obecně?

Podle mého názoru by měly privátní galerie v České republice ideálně převzít všechny organizační, prezentační a komunikační aktivity za jimi zastupovanými umělci ve vztahu ke sběratelům a milovníkům děl daného umělce, a umělec by se měl soustředit hlavně na svou tvorbu, experimentovat a objevovat.

3. Disponují podle Vás soukromé galerie prostředky, kterými mohou posílit trh se současným uměním? Ať už nepřímo z pohledu edukace publika, vytvořením sítě českých galerií v zahraničí, přilákáním zahraničních sběratelů, vlivem na ceny současných děl apod.

Myslím si, že většina soukromých galerií v České republice je stále podfinancovaná a musí hledat různé cesty, kde získávat finanční prostředky, aby mohly pravidelně financovat provoz galerie.

Hodně by pomohlo, kdyby potenciální sběratelé kupovali díla svých oblíbených umělců v privátní galerii, a ne často přímo u umělce v ateliéru s cílem získat dané dílo o trochu levněji než nákupem v galerii.

Jinak několika českým privátním galeriím se již povedlo etablovat se na zahraničním trhu umění (např. Hunt Kastner z Prahy, Polansky Gallery z Prahy/Brna...), nadchnout svým výstavním programem zahraniční sběratele a pak přišly postupem času i první prodeje děl zastoupených českých umělců těmto zahraničním sběratelům.

4. Co vás motivuje k nákupu uměleckých děl přímo přes galerie? Pokud máte zkušenost z českého i zahraničního prostředí, zkuste reflektovat rozdíl mezi přístupy galerií.

Je-li můj oblíbený umělec zastoupený v privátní galerii, jsem vždy při mém nákupním jednání transparentní a komunikuji otevřeně s galerií můj vážný zájem o dané dílo a také cenu a koupím ho v této galerii. Neobcházím galerii a nejednám napřímo s umělcem o koupi díla, aniž by o tom věděla tato privátní galerie. Má motivace je především finanční podpora dané soukromé galerie a jejího galeristy, jehož vizi a přístupu věřím a mám zájem na tom, aby se mu na místním trhu dařilo a mohl dále zastupovat mé oblíbené umělce.

Hlavní rozdíl v přístupu mezi českou soukromou galerií a tou zahraniční vidím v tom, že u té zahraniční je zde mnohem delší tradice v činnosti galerie, silné know-how a již výrazná kontaktní síť na sběratele. U českých soukromých galerií se to hodně zlepšilo

v posledních deseti letech, ale stále to pocitově není na úrovni např. německých, britských nebo amerických privátních galerií.

5. Co vnímáte jako největší překážku pro výběr a nákup současného umění v českém prostředí?

Někdy mám pocit, že začínající sběratel je poněkud ztracený v množství nabídek děl a jmen umělců a neví, kde a jak vůbec začít a jak ohodnotit kvalitu daného díla. Je proto fajn, že na českém trhu vznikly např. dvě iniciativy nebo vzdělávací platformy a komunity zájemců o současné umění, chcete-li => EduArt Experience od Bány Pulpánové a Art Part Club od Anny Pulkertové. Do určité míry by hodně primárnímu uměleckému trhu pomohla transparentnost cen uměleckých děl, když je zájem o koupi ze strany sběratele, a jak jsem již zmínil výše, je zde potenciál rozhybání českého trhu se současným uměním, pokud by byla Parlamentem České republiky nakonec schválena snížená sazba DPH na 7 % ze současných 21 % z prodeje uměleckého díla.

6. Je nějaká zkušenost z nákupu nebo výběru umění v zahraničí, která Vám schází na českém trhu s uměním?

Kupujete-li umělecké dílo např. v některé jihoněmecké privátní galerii (to je moje osobní zkušenost), napadá mě snad následující: cítíte se velmi pohodlně při konverzaci s galeristou od začátku do konce nákupního procesu, galerista disponuje velkým přehledem, znalostmi a know-how.

7. Dostává se Vám dostatek informací o umění, ať už z médií, sociálních sítí, přímo z galerií? Pokud máte zkušenost, zkuste porovnat české a zahraniční prostředí.

Ano, dostává, a někdy je jich až příliš (smích). Jinak čtu pravidelně různé zahraniční umělecké weby a blogy, chodí mi několik newsletterů od vybraných českých a německých privátních galerií a mnohé prvotní informace čerpám ze sociální sítě Instagram.

Při pravidelných návštěvách mých oblíbených malířů se také dozvím různé novinky z branže.

8. Máte zkušenost s trhem umění v Německu, viděl byste zde nějakou příležitost k propojení s českým trhem?

Ano, je to tak. Mám určité zkušenosti s bavorským trhem v rámci Německa, kde pracovně působím již 7. rokem. Možnosti propojení vidím např. v tom, že se více angažuje český sběratel dlouhodobě žijící v Německu v propojení s německým nebo českým galeristou a daným umělcem, jehož tvorbu má moc rád, a když vidí, že by si mohli vzájemně pomoci s cílem uspořádat výstavu (individuální nebo skupinovou). Nakonec je tato oblast hodně postavená na osobních známostech a vztazích. Osobně se mi povedlo před cca 2 lety propojit skvělou německou malířku z Norimberku Annu Marii Schönrock s pražskou galeristkou Alexandrou Karpuchinou z Karpuchina Gallery a slovo dalo slovo a byla jí nakonec uspořádána její první výstava v Praze.

Dobré mi přijdou různé měsíční rezidence pro české a německé umělce v Bavorsku – např. v Kebbel Villa ve městě Schwandorf, kde po zhruba měsíčním tvoření je zorganizována skupinová výstava z obou stran. Ano, ten výsledek není možná vidět hned za 1 týden, ale ten vzájemný umělecký dialog, poznání a pochopení mi přijde v dnešní době hodně přínosné pro další dlouhodobou přeshraniční spolupráci.

PŘÍLOHA P III: KOMPARAČNÍ TABULKA GALERIÍ

KATEGORIE	DSC Gallery (Praha)	ZHODNOCENÍ	EDEN Gallery (Londýn)	ZHODNOCENÍ
Mediální viditelnost	Vogue, Aktuálně.cz, ArtMap, Prague.eu, Luxury Guide, Artlist, ČT24, Czech Radio, Mutual Art, ArtRabbit, Art+, HN, Forbes, Český rozhlas plus, Elle, Dolce Vita, Proč Ne, Vlastní podcast	Odborná média – informování o výstavách, mainstreamová média – nejčastěji rozhovory se zakladatelkou, témata se týkají často umělců, designu, investice, platformy – informace o galerii	Artsy, Artnet, The Gallery Guide, This is Soho, Artguide, Epicurean Life, Wallpaper sale, Bespoke – Luxury Magazine, YouTube kanál, Phoenix Magazin, Sphere Magazin	Odborná média, Luxury magazíny, nejčastěji zmínky o výstavách, zakladatelka se drží v ústraní, negativní obraz ohledně kauzy podvodných NFT.
Nástroje PR komunikace	Tiskové zprávy, newsletter, informace na webu	Méně četné zasílání newsletters, web – základní informace, představuje cíle, umělce a výstavy, galerie používá placené PR články a inzerce, menší míra earned media	Tiskové zprávy, newsletter, informace na webu, blog	Pravidelné zasílání newsletteru, vysoká míra informací na webu galerie, téměř žádné earned media
Publikační činnost	K výstavám vznikají podklady.	Zakladatelka galerie vydala knihu „The power of communication in the Gallery“	Online magazin	Galerie se nevěnuje publikační činnosti
Edukační činnost	Komentované prohlídky k výstavám	Činnost zakladatelky mimo galerii – edukaci jak ve spolupráci s VŠE, tak organizuje vlastní kurzy	Workshopy s interaktivními prvky	Edukační akce pro veřejnost
Spolupráce a partnerství	Partneři nejsou zveřejněni, spolupráce s Vitra, Stopka, Bomma, GHMP, Vogue.	Většinou se jedná o jednorázové projekty. Galerie také vybavuje různé prostory firem.	Chanel, Louis Vuitton, Skylrd	Spolupráce s módními značkami a s celebritymi
Události	Na skleničku, Art Night, Eventy se zakladatelkou, benefiční akce	Akce se týkají vernisáží, VIP komentovaných prohlídek nebo investičních typů.	Živé vystoupení s umělci, vernisáže, VIP večere	Galerie pořádá pravidelné akce a festivaly na oslavu a sílení umění
Zacílení na sběratele	Mladí zájemci o umění a elitní sběratelé a investoři	Galerie cílí na široké publikum jak na straně sběratelů, tak široké veřejnosti	High-end sběratelé a nároční investoři	-
Prodejní strategie	Individuální přístup.	Galerie zastupuje etablované umělce, mezinárodní přesah přinášející výstavy zahraničních umělců, netransparentnost cen.	Online shop osobní prodej, nabídka služeb – ohodnocení děl, posouzení autenticity, konzultace	Mezinárodní etablování umělců té nejvyšší kvality, uvádí díla a ceny pouze na poptání.
Zahraniční aktivity	Občasná účast na veletrzích, aktivní vyhledávání zahraničních umělců	Prosazování českých umělců v zahraničí, častěji představování zahraniční umělci v českém prostředí, zahraniční zmínky spojené s aktivitami českých umělců nebo s výstavami zahraničních umělců	Frieze Art Fair, London design week, Miami Art Week	Spolupráce se samotnými pobočkami, účast na londýnském veletrhu a přehlídce designu
Vizuální identita, styl komunikace	Minimalistický design, důraz na eleganci, neutrální barvy, umělecké motivy jako luxusní brand, síť občas v CZ nebo v EN	Komunikace silné značky, několik typů obsahu – informační, inspirativní, vzdělávací, silnou značku na sítích budují i zaměstnanci firmy	Sofistikované moderní, laděné do barev vystavovaného umění.	Aktivní komunikace, avšak na společném profilu všech poboček, přátelský a jednoduchý jazyk, spousta informací pro publikum, i přesto je web přehledný
Reakce publika, kritiků	Velká základna odběratelů, spíše nadprůměrné recenze od veřejnosti (86 % Facebook, 4,4 Google)	Velká odborníků nebývá častá, kromě pozitivních recenzí, veřejnost často zmiňuje neosobní přístup a malý prostor	214 tis. sledujících – jeden profil pro všechny pobočky, nadprůměrné hodnocení, ale občas velmi negativní (Google 4,2 %, Facebook – bez recenzí)	Kritika – omezený přístup do některých částí galerie nebo konkrétní interakce s personálem
Art Facts	Svět TOP 10 000	ČR TOP 10	-	-

KATEGORIE	Hunt Kastner (Praha)	ZHODNOCENÍ	Stephan Fildman Gallery (Londýn)	ZHODNOCENÍ
Mediální viditelnost	Prague City Tourism, Art Guides, Dolce Vita, Art Basel, Prague Art Week, Artlist, Art Guide, IKSŽ Karlovy Univerzity, Aktuálně, Artefin, Artplus, Český rozhlas Vltava, Artforum, HN, The Armory Show NY, Art Revue	Platformy – informace o galerii, Odborná média – rozhovory na téma práce galerie a problematiky českého trhu, časté zahraniční zmínky	Art Basel, Frieze, Artsy, London Gallery Weekend, The Art Newspaper, Artspace, Meer, Galleries Now, YouTube kanál, Art Plugged, Artnet News, Art Review, Pratt Institute, FAD Magazine, Londonist	Platformy, odborná média – informace o výstavách, rozhovory se sběrateli, zakladatelem i umělci, časté earned media
Nástroje PR komunikace	Webové stránky galerie, newsletter	Webové stránky – minimální informace, kompletně v anglickém jazyce, absence earned media.	Web, tiskové zprávy, newsletter	Pravidelné zaslání newsletteru, přehledný web s interaktivními prvky a dostatek informací
Publikační činnost	-	-	Monografie a katalogy	Dokumentace a šíření umění prostřednictvím publikačních projektů.
Edukační činnost	-	-	The World Reimagined, akademické instituce, umělecké školy, semináře, diskuse	Aktivně se věnuje edukaci prostřednictvím různých nástrojů a akcí
Spolupráce a partnerství	Hlavní město Praha, Ministerstvo kultury, Česká centra, člen IGA – International Galleries Alliance	Sponzoři a partneři z řad organizací a firem nebyli dohledáni.	Artspace, státní instituce a organizace, charitativní partnerství	Svůj cíl se snaží šířit převážně skrz státní instituce.
Události	-	Událostmi jsou pouze výstavy galerie, bez zaznamenaných komentovaných prohlídek.	Vernisáže, panelové diskuse, online diskuse a další	Zejména edukační cíl
Zacílení na sběratele	Zaměřeno výhradně pro zkušené i začínající sběratelé současného umění.	Jednorázoví i pravidelní zájemci.	Sběratelé sdílející hodnoty umělců, instituce, které vyhledávají společenský význam děl a jednotlivci	-
Prodejní strategie	Individuální přístup, prodej na veletrzích.	Prodej špičkových předních převážně českých umělců současného umění s mezinárodním úspěchem, netransparentnost cen.	Přímé transakce se sběrateli a na veletrzích, široké spektrum děl, prodej přes e-shop	Na webu uvádí drobnější díla, u některých je uvedena i cena
Zahraniční aktivity	Art Basel, Arco Madrid, The Armory Show New York, vztah s polským a berlínským trhem	Pravidelná účast na významných veletrzích, spolupráce se zahraničními galeriemi při zastupování českých umělců.	Art Basel, Frieze Art Fair – USA, Londýn, Čína	Pravidelná účast na veletrzích, zaměření na dva typy veletrhů, na webu uvádí i konkrétní podpořené umělce a vliv pro jejich kariéru
Vizuální identita, styl komunikace	Minimalismus a jednoduchost webových stránek, chybí uvedení poslání a cílů	Aktivní sdílení, profesionální a informativní obsah	Neutrální barevná paleta, minimalistický čistý design, kvalitní fotografie a videa	Aktivní míra sdílení, jazyk přátelský, ale profesionální a informativní
Reakce publika, kritiků	Recenze (90 % FB, 4,4 Google), převážně nadprůměrná hodnocení	Občasné negativní komentáře ohledně nedostatečných informací na webu a jeho vizuálu.	177 tis. sledujících na Instagramu, pro stejný profil pro obě pobočky, recenze (4,7 Google, Facebook – bez recenzí)	Téměř žádné negativní komentáře
Art Facts	Svět TOP 1 000	ČR TOP 10	Svět TOP 100	VB TOP 10

KATEGORIE	Trafo Gallery (Praha)	ZHODNOCENÍ	Matt's Gallery (Londýn)	ZHODNOCENÍ
Mediální viditelnost	Česká galerie, Prague.eu, Avatgarde Prague, iDnes, Respekt, kanál YouTube, Rádio Praha, Forbes, Spotify, Rádio 1, Český rozhlas Vltava, Artalk, Czech Crunch, mujRozhlas, Daily Coffe, Aktuálně, ArtRevue, E15, Jatka78, HN, Reflex, Lidovky, ČT, Artzóna	Platformy, Odborná média – články o nových výstavách a rozhovory s vystavovanými umělci a se zakladatelkou galerie, kanály – Spotify, YouTube.	Frieze, Burlington Contemporary, Art Review, Time Out, Art Rabbit, New Exhibition, British Council, Elephant Magazine, Art Vehicle, BBC, Art news, Matt's Art Podcast, AQNB Productions	Platformy, Odborná média – rozhovory se zakladatelem, info o výstavách, umělcích, novinky v galerii, mainstreamová média – info o výstavách
Nástroje PR komunikace	Webové stránky, newsletter, nepřímé odkazy	Vysoká míra earned media, webové stránky obsahují vysokou míru informací	Newsletter, Webové stránky, nepřímé odkazy	Menší míra earned media, webové stránky obsahují vysokou míru informací
Publikační činnost	Aktivní publikační činnost, vydáváno dvojazyčně	Převážně katalogy, ale i knihy, odborné články zakladatelky	Dlouholetá publikační činnost, vlastní archiv a knihovna	Knihy, katalogy, monografie
Edukační činnost	Silná podpora kreativity a vzdělání – komentované prohlídky, dětské workshopy, diskuse, přednášky	Snaha přiblížit současné umění širšímu publiku a podpora přiblížení uměleckých procesů.	Není hlavním cílem	Vzdělávání publika přes uměleckou praxi
Spolupráce a partnerství	Mecenášský klub, Galerie roku 2024	Seznam partnerů galerie je veřejně uvedený na webu	Galerie roku 2022, Art Coucil England, Wandsworth Council, Art Data, Turner Contemporary, Southwark Park Galleries	Spolupráce navazuje s firmami a se státními institucemi, organizacemi, vysokými školami
Události	Pravidelné vernisáže pro veřejnost, přehlídky umění, akce pro veřejnost, charitativní akce	Trafo Art Salon, vernisáže, Umění pro Ukrajinu, Pražská muzejní noc, Tour de galerie Prahy 7	Performance, experimentální výstavy, digitální projekty, živá vystoupení	Přináší zcela nové typy akcí na poli současného umění
Zacílení na sběratele	Široké zaměření na sběratele mladé začínající a středně zkušené nebo na elitní a investiční sběratelský segment	-	Mladí i zkušení se zájmem o experimentální umění a nová média	-
Prodejní strategie	Online prezentace a prodej, veletrhy, vztahy s dlouhodobými podporovateli, přímý prodej sběratelům, prodejní výstavy	Prodej knih a tisků, nabídka ze showroomu, pronájem prostor na firemní akce	Umělecké publikace, pronájem prostor, nová média a experimentální umění, digitální obsah	-
Zahraniční aktivity	Volta Art Fair	Networking na veletrzích, snaha o podporu umělců v zahraničí	Spolupráce s Frieze Art Fair a Biennale	Galerie se neúčastní veletrhů z důvodu zachování nezávislosti.
Vizuální identita, styl komunikace	Minimalistický, ale vizuálně trendy dojem, kombinace estetiky s funkcionalitou	Pravidelná aktualizace o novinkách a výstavách galerie, včetně detailních popisů, popis způsoby podpory umělců	Minimalistický design, za použití výrazných barev	Profesionální, avšak srozumitelný jazyk, pravidelná komunikace o novinkách a výstavách
Reakce publika, kritiků	11 tis. Sledujících na Instagramu. Facebook 88 %, Google 4,7	Nadprůměrně pozitivní reakce, negativa se týkají většinou malého prostoru nebo umístění galerie	24,9 tis. sledujících na Instagramu, Google 4,9, Facebook nedostatečně hodnoceno	Jedno z nejlepších hodnocení, téměř žádné negativní recenze
Art Facts	Svět TOP 10 000	ČR TOP 100 – nerelevantní hodnocení kvůli nedostatku vedených informací	Svět TOP 10 000	VB TOP 1 000