

A hazai műkereskedelem tipológiája és térbeli jellegzetességei Budapest példáján

Typology and spatial characteristics of the Hungarian art market – The example of Budapest

VÁRNAI IBOLYA

VÁRNAI Ibolya: PhD-hallgató, Szent István Egyetem, Enyedi György Regionális Tudományok Doktori Iskola; 2100 Gödöllő, Páter Károly utca 1.; varnai.ibolya@gmail.com

KULCSSZAVAK: műkereskedelem; galéria; aukciósház; régiségbolt; antikvárium

ABSZTRAKT: A műkereskedelem hazánkban mindmáig a kiskereskedelem kevésbé feltárt szegmensei közé tartozik. Ugyanakkor a téma aktualitását igazolja, hogy bizonyos társadalmi rétegek jelentős összegeket fordítanak műtárgyak vásárlására és fektetik be felhalmozott jövedelmük egy részét antik és kortárs vagyontárgyakba. A műtárgypiacon számos galéria, aukciósház és régiségbolt jelenik meg, és az antikváriumok is fontos résztvevőknek tekinthetők.

Jelen tanulmány célja a budapesti műkereskedelem klasszifikációja és térbeli sajátosságainak bemutatása. A primer adatgyűjtésre épülő kutatás a fővárosi műkereskedéseket vizsgálja, saját terepi megfigyelésekkel és félig strukturált interjúk elkészítésével. Az üzletek és kereskedőházak elhelyezkedésének megjelenítése és elemzése térinformatikai szoftver alkalmazásával történt.

A műtárgypiac szereplői különböző típusokba sorolhatóak a profil, az értékesítés helye, az árpolitika és a kínálat alapján. Megfigyelhető, hogy a galériák és aukciósházak Budapest legelegánsabb hagyományos bevásárlónegyedében helyezkednek el, a másodlagos bevásárlózóna jellemzően az antikváriumoknak és a régiségboltoknak ad otthont. Az egyes típusok térbeli elkülönülése számos tényezővel magyarázható: a bérleti díjak nagyságával, történeti előzményekkel, agglomerációs előnyökkel.

Ibolya VÁRNAI: PhD student, Enyedi György Doctoral School of Regional Sciences, Szent István University; Páter Károly utca 1., H-2100 Gödöllő, Hungary; varnai.ibolya@gmail.com

KEYWORDS: art market; galleries; auction houses; antique shops; second-hand bookshops

ABSTRACT: Art trade still belongs to the little-discovered segments of Hungarian art market, even though, its investigation is rather timely, considering that certain sections of the population spend significant amounts of money on buying artifacts and invest a high portion of their accumulated income into antique and contemporary art pieces. The art market mostly consists of galleries, auction houses and antique shops, but second-hand bookshops also play a remarkable role.

This study aims to establish a typology for the Budapest art market and to describe its spatial characteristics. The research – based on primary data collection – examines the art



market population in Budapest, the Hungarian capital, and draws upon the author's fieldwork observations and semi-structured interviews. It also presents and analyzes the shops' and trading houses' location by using GIS.

The paper classifies art market actors based on their profile, points of sale, pricing policy and supply. According to their profile, the Hungarian art market consists of second-hand bookshops, antique shops, galleries, auction houses, and mixed gallery-auction houses. The actors of the market use three different distribution channels. Besides the traditional in-store sales, they also rapidly have been implementing e-commerce and multichannel solutions. The analyzed marketers typically applied fix-prices, bidding and the combination of these different tactics as their pricing methods. Their supplies could be both general (selling a wide range of products), or specialized. In this latter case, marketers focus on specific style, historical age, origin, brand or product characteristic.

Art galleries and auction houses are located in Budapest's most elegant, traditional shopping areas, while the secondary shopping zones are mostly homes, second-hand bookshops and antique shops. This spatial distribution can be explained by several factors, like the level of rental fees, historical events, agglomeration advantages, among others. These economic, historical and geographical factors reinforce each other and result in a unique spatial structure with four gravity centers. Galleries and auction houses concentrate in Falk Miksa street, Múzeum Körút is an important hub for second-hand bookshops, other galleries populate the other parts of the 5th District (Pest side), and in the more touristic areas of Buda (Castle district) antique shops, galleries and second-hand bookshops dominate the art market.

Bevezetés

Nehéz feladat pontosan meghúzni azt a határvonalat, amely a műkincseket egyértelműen megkülönbözteti a használt bútoroktól, tárgytól. „A műtárgy egyidejűleg lehet fogyasztási cikk és beruházási jószág” (Rechnitzer 2002, 107.), szolgálhat kulturális, esztétikai és gazdasági célokat egyaránt. A műtárgyak piacának működését számos olyan szereplő összetett kapcsolatrendszere határozza meg, akik eltérő értékeket képviselve, más-más célok elérése érdekében jelennek meg a piac keresleti vagy kínálati oldalán (Zorloni 2013).

A műkereskedelem fogalmi meghatározására jelenleg az üzleti tudományok kevésbé egységes definíciókat nyújtanak hazánkban. A TEÁOR '08 nomenklatúra alapján az aukciósházak kiskereskedelmi tevékenysége az egyéb, máshová nem sorolt áru kiskereskedelmébe csoportosítandó, amelybe a használt áruk és régiségek kiskereskedelme egyaránt beletartozik. Ez a meghatározás pontatlan, mert a szakágazat nem tesz különbséget a műkereskedelem tevékenysége és az általános értelemben vett használt cikkek adásvétele között. Kétségtelen, hogy a bolhapiacokon és régiségvásárokon fel-feltűnő, esetenként jelentős eszmei értékű bútorok és tárgyak értékesítésével szemben a műkereskedelem sokrétű, egymásra épülő szaktevékenységet (eredetvizsgálat, kutatás, értékbécslés, restaurálás, értékesítés) magába foglaló folyamat. A kutatás témakörének kijelölésekor a Révai Nagy Lexikonának (1916) műkereskedelem-értelmezése bizonyult a legteljesebben helytálló definíciónak, amely a különféle művészeti alkotásokkal való kereskedelem mellett az antikvár könyvek adásvételét is magában foglalja.

Egy-egy városrész arculatát számos esetben a műkereskedések teszik jellegzetessé, ezért a kereskedelem e speciális ágának vizsgálata nemcsak gazdasági, idegenforgalmi, kulturális szempontból tart számot tudományos érdeklődésre, hanem tértudományi vonatkozásai is vannak. Budapesten a tradicionális műtárgy-kiskereskedelem az V. kerületi Falk Miksa utcában és közvetlen környezetében koncentrálódik. Az egyedi arculatú műkereskedelmi központ mellett azonban a főváros további pontjain is jelentős számban találunk galériákat, patinás régiségboltokat, valamint azok csoportosulásait. Az antikvár könyvkeresedelem egyedülálló és közismert központja a Múzeum körút és annak környezete. A műtárgyiac hazai szinten mindmáig kevésbé feltárt szegmense a kiskereskedelemnek, csekély számú szakirodalmi forrás áll rendelkezésünkre a hazai műtárgyiacról és különösen annak térbeli sajátosságairól. Mindazonáltal nemcsak a nemzetközi piacokon fokozódik a műalkotások iránti érdeklődés (Heilbrun, Gray 2004; McNulty 2014), ez a hazai művészeti és befektetői piacon is megfigyelhető, ami igazolja a téma aktualitását.

Jelen tanulmány kísérletet tesz a műkereskedelem klasszifikációjára, a hazai piaci környezetre alkalmazva. Arra a kérdésre keresi a választ, hogy melyek azok a lényegi sajátosságok, amelyek alapján a műtárgyiac eltérő szegmensei létrejönnek. Lehetséges-e egyáltalán bizonyos szempontok szerint élesen elkülöníteni a műkereskedők tevékenységét? Megfigyelhető-e a funkcionális típusok térbeli elkülönülése? A tanulmány célja a fővárosi műkereskedelmi övezetek térbeliségének bemutatása, továbbá a területi mintázatok történeti, politikai, társadalmi okainak feltárása. Releváns kérdés, vajon a Falk Miksa utca és a Múzeum körút mindmáig a műkereskedelem és az antikvár kiskereskedelem egyedüli központja maradt-e. A szerző hipotézise, hogy a főváros különböző pontjain összpontosuló műkereskedések kialakulását más-más tényezők és előzmények befolyásolták.

A kutatásban alkalmazott módszerek

Jelen kutatás keretében a hazai műkereskedelem lehetséges klasszifikációját Budapest példáján keresztül mutatjuk be. Azért esett a választás erre a mintaterületre, mert Magyarországon mindaddig a fővárosban alakult ki olyan diverzifikált műtárgy-kiskereskedelem, ahol a régiségboltok és antikváriumok mellett megjelennek a különféle galériák és aukciósházák is. A budapesti műkereskedések száma elegendőnek bizonyult az adatgyűjtéshez is. Az osztályozási módszer a primer adatgyűjtésből származó adatbázisra, a nemzetközi szakirodalom eredményeire és a szerző saját megfigyeléseire épül. A 282 elemű adatbázis magába foglalja a Google keresőben elérhető műkereskedések nevét, címét és a működéssel kapcsolatosan megadott információkat. A cikk abból a feltételezésből indult ki, miszerint napjainkban az üzleti versenyképesség alap-

vető feltétele az online elérhetőség biztosítása, hogy az információ minél szélesebb potenciális vevőkörhöz eljuthasson. Az adatgyűjtés 2015 októbere és 2016 májusa között zajlott. A budapesti műkereskedelem klasszifikációja terepi megfigyelésekre is támaszkodott. A jobb megismerés érdekében a vizsgált helyszínek között szerepelt a Falk Miksa utca több aukciósháza és galériája, a Múzeum körút számos antikváriuma és további régiségboltok a főváros különböző pontjain.

A rendelkezésre álló adatokat összevetve négy olyan szempontra sikerült rávilágítani, amely alapján a műkereskedések szembetűnő különbségeket, jellegzetes sajátosságokat mutattak. A tevékenység profilját, az értékesítési csatornát, az árpolitikát és a termékkínálat jellemzőit vizsgálva minden elemhez világosan leírható és egyértelmű tulajdonságok rendelhetők, alapul szolgálva a típusképzéshez.

A következő lépés a vizsgált műkereskedések típusokba sorolása volt. A műkereskedelem térbeli lekepeződésének szemléltetéséhez a profil szerinti ábrázolás bizonyult a legmegfelelőbbnek. Az elemek térképi megjelenítése a Geomarket 4.5 térinformatikai szoftver alkalmazásával valósult meg. A műkereskedések földrajzi koordinátáinak geokódolása kerülethatáros térképen történt. Bár az online aukciósházákban bonyolított elektronikus tranzakciók térbeli dimenzióinak vizsgálatára a tanulmány nem terjed ki (mert az adott típusok konkrét földrajzi térben való elhelyezkedésének ábrázolása a cél), az online aukciósházákat bejegyzett székhelyük alapján ábrázolja a térkép.

A műkereskedelem térbeli kialakulását feltáró vizsgálatot három-három félig strukturált interjú elkészítésével egészítette ki. A megkérdezettek között szerepelt két galériatulajdonos, illetve egy üzletvezető bútorbecsüs a Falk Miksa utcai galériás negyedből, s további három antikvárius üzletvezető és munkatárs a Múzeum körútról. A történelmi előzmények megértését célzó interjúk vezérfonala azon kérdések köré összpontosult, hogy miért az adott helyen alakultak ki a tradicionális műkereskedelmi vagy antikvár kiskereskedelmi központok, illetve milyen tényezők befolyásolták azok kialakulását, és hogyan változtak ezek az övezetek az évtizedek során. Az interjúk másik fókuszpontjában a műkereskedelem specializálódásának és az online kereskedelem térnyerésének megítélése állt.

A műkereskedelem klasszifikációja

A műtárgypiac összetett rendszerét az állami, a civil, a magán- és a bankszektor sokoldalú kapcsolatai alkotják. Jelen tanulmány célul tűzi ki a profitérdekelt műkereskedések lehetséges klasszifikációját. A primer adatok és a terepi megfigyelések alapján a hazai műkereskedéseket az 1. táblázatban szereplő négy szempont szerint tipizálhatjuk.

1.táblázat: A műkereskedések klasszifikációja
Typology of art market actors

<i>Szempont</i>	<i>Típus</i>
Profil	Antikvárium Régiségbolt Kereskedelmi galéria Aukciósház Galéria és aukciósház
Értékesítési csatorna	Bolti kiskereskedelem Elektronikus kereskedelem Többcsatornás
Árpolitika	Fix Licitlépcsős Vegyes
Kínálat	Nem specializált Specializált

Profil

A vizsgált üzletszám 34%-át a régiségboltok teszik ki. A műkereskedések további 27%-a valamilyen antikvárium, 25 %-a kereskedelmi galéria, legkisebb arányban az aukciósházak (5%) és a galériás aukciósházak (9%) fordulnak elő.

A műkereskedelem piacán a régiségbolt tekinthető a legáltalánosabb és a legelterjedtebb üzlettípusnak. Leginkább a régiségkereskedésekbe betérve érzékelhető az a finom és elhalványuló különbség, amely átmenetet képez az értékálló műtárgyak és a régi, használt bútorok, tárgyak között, emiatt a régiségboltok kínálata igen sokféle lehet (Belvart Antikvitás, Bujanovics Eduárd Antikvitás, Luxor Régiségbolt).

A vizsgált műkereskedések egynegyedét az antikvár könyvek kiskereskedelmével foglalkozó 77 üzlet alkotja. Az antikváriumok közös jellemzője, hogy elsősorban használt könyveket, illetve nagyobb értéket képviselő könyvritkaságokat értékesítenek. Az üzletek esetenként hagyományos értelemben vett könyvesboltként is működhetnek egyidejűleg, ahol új, hibátlan állapotú könyveket is kínálnak (Dákini Keleti Könyvesbolt és Antikvárium), vagy régiségek eladásával foglalkoznak (Maros Antikvárium és Régiségbolt).

A galériákra általában jellemző az igényes, különleges építészeti elemekkel gazdagított belső kialakítás, a tágas tér. A galériák különféle kiállításoknak és egyéb művészeti eseményeknek adnak otthont, azonban működésükben megkülönböztethetünk nonprofit és kereskedelmi galériákat, valamint kiállítóhelyként (is) működő múzeumokat (artmagazin.hu). A vizsgált 72 kereskedelmi galéria tevékenységében fontos szerepet tölt be az értékesítés is, jellemzően nem folytatnak aukciósházi tevékenységet. Egyes galériák kiállítási anyagát ki-

zárólag a festmények és grafikák alkotják (Magyar–Francia Galéria, Jászi Galéria), más, for-profit galériák kínálata kiterjed a műtárgyak, antikvitás széles körére is (Goldbach Galéria és Kereskedőház, Körmenyi Galéria). Néhány galéria esetében keverednek a különböző típusok, másodlagos tevékenységként működhetnek régiségboltként (Budavár Antikvitás és Galéria, Monarchia Galéria), szalonként, aukciósházként (Belvedere Szalon, Galéria és Aukciósház). A galériák és szalonok magas minőségű műtárgykínálata esztétikus elrendezéssel, tudatosan tervezett installációval párosul, ahol további művészeti, esztétikai jelentéstartalmat kaphat a kiállítás tárgyi anyagát alkotó, eladni kívánt műalkotás és befogadó környezetének együttese. A régiségboltok színvonalas műtárgykínálatának elhelyezése – a galériákkal ellentétben – nem feltétlenül igényli a helyiség(ek) gondos előkészítését, kevésbé hangsúlyos a tér és a műtárgyak összhangja. Leginkább a bútorok, festmények és egyéb műalkotások ízléses és dekoratív kompozíciója határozza meg az üzlet belső elrendezését (Katona Antik, Németh Antik), amely viszonylag kis üzlethelyiségben is kialakítható.

A leírt típusok mellett a műtárgy-kiskereskedelem újszerű formái is megjelentek, például a kulturális élet új színterei (Fehér Nyúl Antikvárium és Kultúrkávézó, Szerpentin Szalon, Régiségbolt és Kávézó), vagy az innovatív funkciókkal bővülő altípusok (Dob22 Galéria és Designlakás).

A fővárosi műkereskedelem piacán legkisebb arányban az aukciósházak fordulnak elő. Az aukciósházak legfőbb sajátossága az árverés során történő értékesítés (Hodobay Aukciós Ház, Fodor Aukciósház), ugyanakkor az aukciós tevékenység nem zárja ki a rögzített áron való adásvételt sem (Boda Antikvitás és Aukciósház, Galéria Savaria). E típusnál gyakoribb forma, amikor a galériák, ritkábban antikváriumok, régiségboltok profilja aukciósházi működéssel is kiegészül (Honterus Antikvárium és Aukciós Ház, Nudelman Numizmatika). A kereskedelmi árverések rendezésének jogával rendelkező galériák – jelentős pénzügyi forrásaikból adódóan – mérvadó szereplői a hazai műkereskedelemnek (Nagyházi Galéria és Aukciósház, Kieselbach Galéria és Aukciósház), a műtárgypiac résztvevőinek 8,9%-át ők adják. A galériás aukciósházak profilja esetenként kiegészül kulturális programok, zenés estek szervezésével (Pintér Galéria és Aukciósház, Virág Judit Galéria és Aukciósház). Az aukciósházak egy sajátos képviselője a BÁV Aukciósház és Záloghitel Zrt., melynek profiljához széles körű tevékenységek kapcsolódnak (kereskedelem, képzés, árverés, záloghitelezés).

Értékesítési csatorna

A konkrét földrajzi térhez kötött értékesítés a műalkotások bolti kiskereskedelmét jelenti, amely a vizsgált műkereskedések 83%-ára jellemző. A műkereskedelem piacán is egyre nagyobb teret nyer a többszörös értékesítés, a műtárgypiaci szereplők 16%-a versenyképességük érdekében nemcsak házon belül, hanem online felületen is lehetővé teszi a vásárlást. A vizsgált üzletek alig

1%-a csak online piacon értékesít. A különböző értékesítési modellek alkalmazása azonban a különböző profilú műkereskedések esetében eltérő arányban oszlik meg (2. táblázat).

2. táblázat: Értékesítési csatornák az egyes műkereskedéseknél (%)
Distribution channels by different art market actors (%)

Értékesítési csatorna	Profil				
	Antikvárium	Régiségbolt	Kereskedelmi galéria	Aukciósház	Galéria és aukciósház
Bolti kiskereskedelem	70	94	90	46	80
Elektronikus kereskedelem	0	0	0	31	0
Többcsatornás	30	6	10	23	20

A hagyományos bolti kiskereskedelem leginkább a régiségboltokra és galériákra jellemző (90–94%), amelyet az antikváriumok és a galériás aukciósházak követnek (70–80%). Legkisebb arányban az aukciósházak körében figyelhető meg az üzlethelyiséghez kötött értékesítés, ennél a típusnál a kereskedőházak mindössze 46%-a folytat egycsatornás, bolti értékesítést.

Ugyanakkor a vizsgált műkereskedések körében kizárólag az aukciósházak esetében jelenik meg az elektronikus kiskereskedelem egyedüli értékesítési csatornaként, az aukciósházak mindössze 30%-a fogad csak online liciteket (Darabanth Aukciósház). Magyarországon a Galéria Savaria az egyetlen olyan C2C típusú online piactér, amely kifejezetten a műtárgyak és régiségek felhasználók közötti adásvételében játszik közvetítő szerepet.

A többcsatornás modell az antikváriumok 30%-ánál figyelhető meg. Ezen belül vagy a saját honlapon (Babel Antikvárium, Szent Imre Antikvárium), vagy más nagyobb webáruházakon keresztül (Füst Antikvárium, Németvölgyi Antikvárium) történik a könyvek, papírrégiségek értékesítése. Az aukciósházak és a galériás aukciósházak 20–23%-a offline és online kiskereskedelmi tevékenységet is folytat (Pest-Budai Árverőház, Biksady Galéria és Aukciósház), a régiségboltokban ez az arány mindössze 6% (Treff Antik Régiségbolt, Cherry Antik).

Árpolitika

A műkereskedelem jellegzetessége, hogy a kereslet és a kínálat erői sajátosan érvényesülnek (North 2003), a műtárgypiac működését – szűkebb értelemben a műalkotások gazdasági és kulturális értékét (Klamer 1996; Throsby, Zednik 2014) – számos tényező befolyásolja, amelyek különféle árképzési eljárásokat hívtak életre. A kutatásba bevont műkereskedések 85–90%-a fix, előre meghatározott eladási áron kínálja a régiségeket, műtárgyakat. A műtárgypiaci szereplők 3%-a pusztán kereskedelmi árverésekre alapozza tevékenységét, 10%-a bolti kiskereskedelmet és aukciósházi tevékenységet párhuzamosan végez.

3. táblázat: Az alkalmazott árpolitika az egyes műkereskedéseknél (%)
Price policy by different art market actors (%)

Alkalmazott árpolitika	Profil				
	Antikvárium	Régiségbolt	Kereskedelmi galéria	Aukciósház	Galéria és aukciósház
Fix	91	99	100	0	32
Licitlépcsős	0	0	0	46	0
Vegyes	9	1	0	54	68

A rögzített áron való értékesítés azokra az antikváriumokra, régiségboltokra és galériákra jellemző, ahol nem rendeznek árveréseket (3. táblázat). A vizsgált kereskedelmi galériák kivétel nélkül ezt az árpolitikát alkalmazzák, a régiségboltok között mindössze egy üzletben jelenik meg – az aukciós tevékenységgel párhuzamosan (Úri Hunczutságok Boltja). Az antikváriumok 91%-a, a galériás aukciósházak harmada folytat fix áras eladást.

A licitlépcsős árpolitika főként az aukciósházak és galériás aukciósházak sajátja. A fővárosi aukciósházak közel fele (46%) árverések keretében értékesít (Fodor Aukciósház, Hodobay Aukciós Ház), további 54%-a pedig vegyes árpolitikával lép a műtárgypiacra (Csók István Antikvitás, Valient Aukciósház). A galériás kereskedőházak 68%-a fix és licitlépcsős árrendszert egyaránt alkalmaz (Blitz Galéria, BÁV Aukciósház), az antikváriumok 9%-a bocsátja kínálatának valamely hányadát aukcióra (Múzeum Antikvárium, Szőnyi Antikváriuma). Megtévészőnek tűnhet a táblázat utolsó oszlopa, mert a BÁV kereskedőház – aukciós tevékenysége révén – alapvetően vegyes árpolitikát alkalmaz, viszont fővárosi fióküzleteiben a fix árstratégiát követi.

Kínálat

A műkereskedelem osztható az egyes szereplők kínálata szerint is. Noha az adatgyűjtést nehezítették a termékköre vonatkozó, esetenként nehezen hozzáférhető vagy hiányos információk, a budapesti műkereskedők legkevesebb 40%-a specifikus kínálattal lép a műtárgypiacra.

Általános, széles termékskálára kiterjedő választék dominál az antikváriumok 89%-ában, a galériás aukciósházak és a régiségboltok 64–68%-ban. Ezen antikváriumok igen széles körű könyvkínálattal rendelkeznek (Központi Antikvárium, Antikvár.hu Antikvárium), a régiségboltokban és kereskedőházakban pedig fellelhető a legkülönbözőbb antik és modern bútorok, dísz tárgyak, festmények és porcelánok gazdag választéka (Ószeres Frici Régiségboltja, Roberto Antikvitás). Legkevésbé a kereskedelmi galériákra jellemző ez a kínálati mix (18%).

A specializált kínálat esetében más-más szempont vagy kritérium érvényesülhet a műkereskedés kínálatának meghatározásában. A galériák 82%-a – tevékenysége során – a műalkotások egy-egy körével foglalkozik, ezáltal a piacon

is egyedi szereplővé kíván válni jellegzetes gyűjteményével. Az aukciósházak megközelítőleg 46%-a specializálódik a műkincsek néhány szűkebb metszetére (Darabanth Aukciósház, Hodobay Aukciós Ház), a galériás aukciósházak 36%-a kifejezetten valamely műtárgypiaci szegmensre fókuszál (Abigail Galéria és Aukciósház, Blitz Galéria és Aukciósház). A kínálat szűkítésének igen változatos perspektívái figyelhetők meg a műkereskedelemben. Az antikváriumok könyv-választékára kevésbé jellemző a specializáció, arányuk 11% körüli. Kínálatuk egy-egy tudományterületre koncentrálnak, mint a zenei (Kodály Zoltán Zenei Antikvárium), orvosi (Mediprint Orvosi Könyvesbolt és Antikvárium) antikváriumok. Különleges színfoltot képeznek a könyvpiacon a keleti szakirodalomra (Dákini Keleti Könyvesbolt és Antikvárium), az ezotériára (Aranycsillag Ezoterikus Antikvárium) és a munkásmozgalmi művekre szakosodott (Gondolkodó Autonóm Antikvárium) antikvár könyvkereskedések.

A régiségboltok, galériák és aukciósházak profilját meghatározhatja a tárgytypus; ide sorolhatók a festményeket (Müller és Társa Lakásgaléria, Várfok Galéria), vallási és kegytárgyakat (Ecclesia Antik), órákat, ékszereket (Antik Órák Üzlete, Wladis Galéria), lámpákat (Weber-antiklámpa), fegyvereket (Moró Antik Galéria), keleti szőnyeget (Keleti Szőnyegek Galériája) értékesítő üzletek és kereskedőházak. Hobbihoz, érdeklődési körhöz kapcsolódó gyűjteményi darabokkal foglalkoznak a numizmatikai (Camerarius Numizmatika), filatéliai (Fodor Aukciósház) és hanglezem-műkereskedések (Newport Records). Leggyakrabban egy-egy művészeti korszakra specializálódik a kínálat. A klasszikus vagy kortárs képző- és iparművészeti alkotások megkülönböztetésén túl a kereskedőházak kínálata jellemzően tovább differenciálható a preferált műtárgycsoportokra (például: a barokk, empire és biedermeier bútorok a Németh Antikban vagy az art brut alkotások az Art Brut Galériában). Ezen túlmenően a művészettörténeti korstílusok és irányzatok pontosabb, mélyebb részletességű elhatárolása nem indokolt a tanulmány diszciplináris kereteiből adódóan, mindazonáltal a műtárgyvászték sok esetben több stílusorszakot ölel fel (például a Bardoni Intérieur art deco, szecessziós és bauhaus műtárgyai vagy a Kálmán Maklár Fine Arts Galéria absztrakt és szurrealista alkotásai). Más galéria és régiségbolt a származási helyet hangsúlyozza, s egy-egy ország, régió kultúráját, művészetét helyezi előtérbe. A hazai műtárgypiacon ebbe a szűkebb típusba tartoznak azok a szereplők, akik a 19. századi francia és magyar mesterek műveit, kortárs berlini alkotásokat (Magyar–Francia Galéria, Biksady Galéria), a nepáli, laoszi, afgán és indiai ezüst ékszereket (Orbis Pictus Ékszergaléria) értékesítik. Néhány kereskedőház az Osztrák–Magyar Monarchia területéről, balkáni országokból származó bútorokkal (Studio Agram), a magyar kerámia- vagy népművészet alkotásaival (Haas Galéria, Valifolkart) tett szert elismertségre. A műtárgyak anyaga önmagában befolyásolhatja a kínálat palettáját. Több kereskedőház említhető, amelyek kifejezetten az arany- és ezüstműves ékszerek és tárgyak (Art 001 Galéria, Dinasztia Galéria) vagy a porcelán és művészi üveg (Anni Domini Galéria) szakértőiként váltak ismertté. Egyes galériák

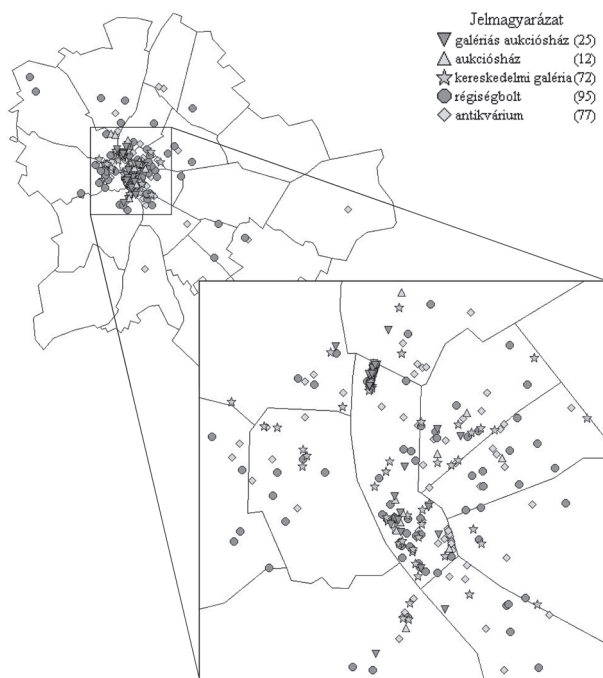
kifejezetten néhány művész vagy alkotókör, iskola, manufaktúra műremekeiből, márkatermékeiből alakítják ki a választékukat. Vannak olyan műkereskedők, akik a nagybányai festészet, a KUT (Képzőművészek Új Társasága) művész-csoport alkotásaival (MissionArt Galéria, Haas Galéria), a hazánkban igen keresett Herendi és Zsolnay porcelánokkal (Eklektika Galéria, Nemes Galéria) vagy a francia Gallé és Daum Nancy üvegekkel (Európa Galéria, Pethő Galéria) képeznek egyedi színfoltot a műtárgypiacon.

A műkereskedelem térbelisége Budapesten

Hazánk fővárosában a műkereskedések típusai markáns területi elrendeződést mutatnak. Célravezető a profil alapján bemutatni a műtárgypiaci szereplők térben való megjelenését (1. ábra), mert funkcionális karakterjegyeik szerint viszonylag egyértelmű térbeli elkülönülés figyelhető meg.

Az antikváriumok főként Budapest belső kerületeiben, a Nagykörút gyűrűjében helyezkednek el szórطان. Az üzletek közel egyharmada (31%-a) az V. kerület déli területén koncentrálódik, ahol az antikvár könyvkereskedelem

1. ábra: A műkereskedelem térbelisége Budapesten
The art market's spatial distribution in Budapest



tradicionális központja található. A Múzeum körútra felfűződő antikváriumok együttese már évtizedekkel ezelőtt a körút imázsának részévé vált, kialakulása a 19. század második feléig nyúlik vissza.

A Központi Antikvárium munkatársával, Dobó Zoltánnal készített interjúból kiderült, hogy a Központi Antikvárium elődje, az egykori Főantikvárium jelent meg először a körúton 1891-ben. Az üzlethely kiválasztásában minden bizonnyal fontos szerepe volt az ELTE 1871-ben megépülő, Múzeum körút (korábbi Országút) 4. szám alatti épületének, amely ma az egyetem Bölcsészettudományi Karának ad otthont. Mindemellett a SOTE (mai Semmelweis Egyetem) orvoskarát 1860 körül a körútra helyezték át, illetve 1875-ben megalapították a közeli Zeneakadémiát; a felsőoktatási intézményeknek köszönhetően ekkoriban már megnyílt az orvosi és a zenei antikvárium is. Ezt követően folyamatosan érkeztek az antikváriusok a Múzeum körútra (például a nagy múltú Honterus Antikvárium), majd sorra a további kisebb antikvár könyvkereskedések. Füredi Tamás, az Antikvár.hu Antikvárium üzletvezetője, valamint több antikvár könyvesbolt munkatársa úgyszintén a Központi Antikvárium vonzerejének tulajdonítják a Múzeum körüti antikvár kiskereskedelem fejlődését. Füredi Tamás elmondta, a Központi Antikvárium a kezdetektől fogva kiemelt szerepű antikváriumnak számított a fővárosban, ami köré csoportosult a többi antikvárius vállalkozó, s a folyamat eredményeként létrejött a Múzeum körút sajátos antikvár üzletsora. Az 1950-es évektől kezdve kizárólag az állami könyvkereskedelem bonyolította a használt könyvek adásvételét, emiatt a magánüzleteket felszámolták. A rendszerváltást követően új lendületet vett az antikvár könyvek kiskereskedelme, tulajdonképpen az elmúlt 20-25 év folyamán alakult ki a mai arculata. Számottevő antikvár könyvkereskedés figyelhető meg a belvárost övező városrészekben is, beleértve a VI., VII., VIII., IX. és XIII. kerületeket, ahol átlagosan 6-8 antikvárium működik. Budán a Margit és Krisztina körút közelében is fellelhetőek antikvár könyvesboltok. Az adatgyűjtés időpontjában az I. kerületben 5 antikvárium, a II., III., XI. és XII. kerületekben pedig 2-4 antikvár könyvkereskedés folytatott ilyen tevékenységet.

A régiségboltok – az antikváriumok térbeliségéhez illeszkedve – a körutak mentén és a környező mellékutcákban helyezkednek el. Az üzletek 37%-a az V. kerületben összpontosul, és jelentős számban fordulnak elő a belvárossal határos kerületekben is. A VI. és VII. kerületben 8-9, a VIII. és IX. kerületekben 4-5 régiségbolt várja az érdeklődőket, a budai oldalon, a Krisztinavárosban 10 műkereskedés foglalkozik régiségekkel. Míg az antikvár könyvkereskedelem klasszikus központja vitathatatlanul a Múzeum körút, a régiségboltok esetében nem mutatunk ki hasonló magterületet. Bár az antikváriumok és a régiségboltok egyaránt az V. kerületben helyezkednek el, mindkét típus igen csekély számmal fordul elő a hagyományos bevásárlózónában (Sikos T., Hoffmann-né 2004). A jelenség magyarázatául szolgálhat Sikos T. (2000) megállapítása, mely szerint a másodlagos bevásárló zónát (az V. kerület déli része, Rákóczi út, Nagykörút) főként olyan kis alapterületű üzletek jellemzik, amelyek a magas bérleti díjak következtében kiszorulnak a városmagból. A térbeli elrendeződésük összefüggésben lehet

a bevásárlóközpontok megjelenésével, aminek következtében a belváros kiüresedő üzlethelyiségeiben a patinás szaküzletek mellett az igényes antikváriumok, régiségboltok is helyet kapnak.

A galériák területiségét markánsabb térbeli koncentráció jellemzi, mint az előző két típusét. A galériás negyed elsősorban az V. kerületi Falk Miksa utcában és közvetlen mellékutcáiban található, de kiterjed a belvárosi üzleti negyed (CBD) egészére. Ezek a területeken csoportosul a kereskedelmi galériák 62,5%-a, kisebbségben pedig az V. kerület szűk környezetében. A VI. kerület kivételével a szomszédos kerületekben legfeljebb két-három szalon folytat műkereskedelmi tevékenységet. A budai várnegyedben 5 galéria működik, a II. és a XII. kerületekben összesen 6.

A hazai műtárgypiac meghatározó és befolyásos szereplői, a galériás aukciósházak Budapest legelőkelőbb belvárosi területein helyezkednek el. A nívós és elegáns kereskedőházak háromnegyede a belvárosi üzleti negyedben értékesíti a műalkotásokat, mivel elsősorban e típus képviselői képesek megfizetni a magas bérleti díjakat. Ezzel szemben eltérő területi jellemzőkkel írhatók le az aukciósházak. A kizárólag árverező tevékenységet végző műkereskedéseknek csupán 38%-a települt az üzleti negyedbe. Tekintve, hogy az aukciósházak felére a többszoros online aukciós értékesítés jellemző, a központi elhelyezkedés nem minden esetben fontos kérdés. Másrészt viszont mindenképpen indokolt a térbeli dimenzió vizsgálata, mert az aukciós katalógusban szereplő tárgyi anyag az aukciósházakban előzetesen megtekinthető.

Ha a műkereskedések típusainak az elsődleges bevásárlózónán belüli arányát elemezzük, elmondható, hogy az antikváriumok mindössze 2,6%-a, a régiségboltok 7,4%-a a galériák 8,3%-a képes elegendő bevételt generálni a magas bérleti díjak fedezésére, viszont az előkelő aukciósházak és galériás aukciósházak esetében ez az arány 30%. Fenti adatok alapján következtethetünk az egyes típusok műtárgypiaci pozíciójára is.

Az antikvitás tradicionális kiskereskedelmi övezete az elsődleges bevásárlózónában és a Falk Miksa utcában összpontosul, amelyek napjainkban egyre inkább teret adnak a kortárs műalkotások tárlatainak is. Műkereskedéseinek 8%-a a színvonalas régiségboltok, 22%-a a galériás aukciósházak és 70%-a az elismert galériák közé tartozik. A Falk Miksa utcai galériák és aukciósházak főként festményekre és antik bútorok kiskereskedelmére specializálódtak, jelentős még az óra-, ékszer- és műtárgy kínálatuk. Arra a kérdésre, hogy miért az adott helyen alakult ki a műkereskedelmi központ, többféle válasz adható. Bár a modern városközpont és a hagyományos bevásárlózóna kiépítése már az első világháborút követően befejeződött (Sikos T., Hoffmannné 2004), az V. kerületi Falk Miksa utca (egykori Néphadsereg utca) és környezete frekventált belvárosi területnek számított. A városrész nemcsak fontos pénzügyi és gazdasági szerepkört töltött be, hanem a főváros politikai és közigazgatási központjaként is funkcionált. A Parlament és a mostani Országgyűlési Irodaház (a 2. világháború előtt a Belügyminisztérium számára épült,

a szocializmus évei alatt az ÁVH, majd az MSZMP központi irodaházként használta) közelsége miatt a környező mellékutcák bérházaiban főként hivatali, minisztériumi tisztviselők éltek. Feltehetően ezek a stabil anyagi helyzetű, magas presztízsű rétegek is hozzájárultak a műkereskedelem hagyományainak megeremtéséhez és fennmaradásához. Mindemelllett az újjáépített Margit híd 1948. évi átadása a budai kerületekben lakó, jelentős jövedelemmel rendelkező, felsőbb társadalmi csoportok számára is könnyebb és gyorsabb elérhetőséget tett lehetővé a pesti oldal felé. Ugyanebben az évben a Minisztertanács létrehozta a BÁV elődjét (www.bav.hu), amely a záloghitelezési tevékenység mellett a művészeti aukciók és árverések szervezését egyedüli szereplőként bonyolította a Szent István körúton. Az ország legfőbb műkereskedelmi vállalata, a nagy múltú BÁV vitathatatlan szerepet játszott az egyedülálló galériás negyed kialakulásában; amelynek vonzáskörzetében néhány évtizeddel később, az 1980-as évektől kezdve, egymás után jelentek meg a műkereskedő vállalkozások (Martos 2012). E térbeli folyamatot hasonlóképpen mutatták be a szakma elismert képviselői (köztük több neves galéria tulajdonosa és munkatársa) a velük készített interjúk keretében.

Pintér Péter, a Pintér Galéria és Aukciósház tulajdonosának elmondása szerint *a Szent István körúti BÁV közelében, a Falk Miksa utcában az 1980-as évektől kezdve Kruj Andor üveges és képkeretező működtette a vállalkozását, akit az ügyfelei rendszeresen megbíztak a BÁV-nál vásárolt festmények keretjavításával, üvegezésével. A képkeretező vállalkozóból a Falk Miksa utca arculatát meghatározó régiségkereskedő vált.* Katona Lajos asztalosmester, aranykoszorús bútorrestaurátor a vele készített interjú során hangsúlyozta, hogy a rendszerváltás előtti évtizedekben főként az egyéni megrendelésre készített bútorok határozták meg a kereskedők tevékenységét, mert a szocialista politikai rendszer a teaurációs célú műkincsvásárlás lehetőségét jelentősen korlátozta. Martos Gábor gondolatát (2012, 136.) idézve „a műtárgyak adásvétele a szocializmus idején egy szűk közösség ügye maradt”. Bocskay Péter, a BÁV Aukciósház üzletvezetője és bútorbecsűse az interjú folyamán egyaránt kiemelte az állami szektor által működtetett BÁV műtárgypiacon betöltött központi és versenytárs nélküli pozícióját, amely egészen az 1980-as évek végéig tartott. Pintér Péter tájékoztatása alapján *a magánvállalkozók megjelenése az utcában lépésről lépésre indult el; először a Szent István körüttől a Balaton utca sarkáig terjedő utcácskán: megjelent a Nagyházi Galéria, a Kieselbach Galéria, az 1990-es években Virág Judit galériája, illetve az antik bútorok értékesítésére specializálódott Pintér Galéria.* Az interjú során a tulajdonos kifejtette, hogy üzletválasztását a bútorkereskedésből adódó helyigény befolyásolta, s így esett a választás a galéria jelenlegi helyére. A Pintér Galéria a Falk Miksa utca Parlament felőli szakaszán (a Kossuth Lajos tértől a Markó utca kereszteződéséig bezáróan) a megnyitásától kezdve kulcsponthoz szerepet töltött be a „galériás negyed” terjeszkedésében, ösztönözve a szakma további szereplőinek térbeli koncentrációját.

Összefoglalás

A tanulmányban bemutatott osztályozás arra kívánt rámutatni, hogy a vizsgált budapesti műkereskedések tevékenységük céljában, a piacon betölteni kívánt funkciójukban igen sokfélék lehetnek, ami eleve meghatározza a működésük profilját és a kínálatukat. Ugyanakkor könnyelműség lenne általános érvényű következtetéseket megfogalmazni az értékesítési csatorna és az árstratégia megválasztásáról, mert egy-egy műtárgypiaci szegmensen belül is különböző tényezők érvényesülnek és hatnak az üzletpolitika sajátosságaira.

Budapesten a profitérdekelt műkereskedések leggyakoribb típusa a régiségbolt és az antikvárium. Jellemzően széles és változatos kínálattal rendelkeznek, megszólítva a legkülönbözőbb célcsoportokat. A vizsgált piac további egy-egyedet alkotó kereskedelmi galériák tevékenységében hangsúlyt kap a kulturális, művészeti értékek közvetítése is. Meghatározott céljaiknak és küldetésüknek megfelelően ennél a típusnál figyelhető meg a legnagyobb specializáció. Jelentős pénzügyi tőkéjükből, nemzetközi kapcsolatrendszerükből adódóan a piac kulcsfontosságú szereplői az aukciósházak és a galériás kereskedőházak. A stabil piaci pozíció javítása és megőrzése érdekében a különböző műtárgycsoportokra való szakosodás ezeknél a típusoknál is alapvető kérdés. A versenyképesség szempontjából egyre lényegesebbé váló többcsatornás értékesítés a jól átgondolt marketingstratégia meglétét feltételezi, amely elsősorban a nagyobb kereskedőházakra, aukciósházakra jellemző.

A műkereskedelemben különösen nagy jelentőségű a személyes eladás és kommunikáció szerepe, így az elektronikus kereskedelem eleve korlátok közé szorul. A kutatás eredményei alapján bizonyos műtárgycsoportok esetében (például könyv és papírrégiség, bélyeg) azonban kevésbé meghatározó a hagyományos vásárlás lehetősége, így az antikváriumok és a filatéliai, numizmatikai aukciósházak nagyobb arányban jelennek meg online felületeken. A jövőben a többcsatornás értékesítés feltehetően nagyobb teret kap a legtöbb típusnál, viszont ezután sem helyettesíti a hagyományos eladási formát.

Tekintve, hogy a kereskedelmi árverések rendezése és lebonyolítása összetett szervezési, előkészítési munkálatokat és komoly pénzügyi tőkét kíván, a licitlépcsős árpolitika főként az aukciósházak és galériás kereskedőházak sajátja. Ezen túlmenően a vegyes árpolitika csak néhány nagyobb antikváriumban figyelhető meg. Az aukciósház az egyetlen típus, amelynél – az üzleti tevékenység jellegéből adódóan – a licitlépcsős árstratégia önmagában jelenik meg.

Budapesten a tradicionális műkereskedelem továbbra is a Falk Miksa utcában, illetve környékén összpontosul, az antikvár könyvkereskedelem pedig a Múzeum körútra koncentrálódik. Az interjúk alapján a hagyományos műkereskedelmi és antikvár könyvkereskedelmi központok kialakulására nagy hatással volt a tradíció, a korabeli közintézmények közelsége. Mindkét magterület fejlődése egy-egy központi szerepkörű kereskedőháznak köszönhető (BÁV, Központi Antikvárium), amelyek elindították e különleges kiskereskedelmi zónák fejlődését.

dését. A két intézmény – részben megőrizve korábbi arculatát – mindmáig márkás központként van jelen a térben, ugyanakkor a műalkotások piaca mára kiterjed a központi üzleti negyed egészére. Az elsődleges bevásárlózási pontok a legelőkelőbb aukciósházaknak és galériás aukciósházaknak ad otthont. A galériák több mint 60%-a az V. kerület vonzó üzleti negyedében található. Az antikváriumok és régiségboltok többsége a belvárost övező részeken és a budai kerületekben összpontosul. Az egyes típusok térbeli elkülönülése feltételezhetően jelentős részben a bérleti díjak szerinti differenciálódással magyarázható. A hierarchia csúcsát a patinás galériák és aukciósházak foglalják el, melyek képesek finanszírozni a főváros legelegánsabb, hagyományos bevásárlózási pontjainak magas bérleti díjait is. A hagyományos bevásárlóvezetéstől távolodva megjelennek a színvonalas régiségboltok és antikváriumok. A kis alapterületű műkereskedéseknek a másodlagos bevásárlózási pontokba való betelepülésében vélhetően szerepet játszott a bevásárlóközpontok térhódítása is. Az online árverések terjedésével az aukciósházak esetében kevésbé meghatározó a központi elhelyezkedés, a telephelyválasztásban más szempontok is előtérbe kerülhettek. Az I. kerületben koncentrálódó antikváriumok, régiségboltok és galériák számára feltételezhetően a budai várban rejlő turisztikai potenciál is kedvező feltételeket teremtett.

Fentiek alapján megállapítható, hogy a budapesti műkereskedések a főváros négy területén koncentrálnak profiljuk szerint. A Falk Miksa utca első sorban galériáknak és aukciósházaknak ad otthont, a Múzeum körúton dominánsan az antikváriumok működnek, az V. kerület középső része (a Váci utca környéke) „galériás negyedként” azonosítható, míg a Várban és környékén vegyesen fordulnak elő – főként a turisták érdeklődésére számot tartó – különböző profilú műkereskedések.

A cikk a hazai műkereskedelmi üzletek osztályozását és térbeli elhelyezkedését helyezte fókuszába. A hazai műkereskedelem számos – regionális tudományi szempontból is fontos – aspektusa azonban további kutatást igényel. E speciális termékszegmensben a vásárlási szokások, az egyes üzletek piaci vonzáskörzete, a termékkínálat sajátosságai és az árszínvonal változásának és területi mintázatának jellegzetességei egyaránt számot tarthatnak további tudományos érdeklődésre.

Irodalom

- Heilbrun, J., Gray, C. M. (eds.) (2004): *The economics of art and culture*. Cambridge University Press, Cambridge
- Klamer, A. (ed.) (1996): *The value of culture. On the relationship between economics and arts*. Amsterdam University Press, Amsterdam
- Martos G. (2012): *Műkereskedelem. Egy cápa ára*. Typotex Kiadó, Budapest

- McNulty, T. (2014): *Art market research. A guide to methods and sources*. McFarland & Company, Inc., Jefferson
- North, M. (2003): Art markets. In: Mokyr, J. (ed.): *The Oxford encyclopedia of economic history*. Volume 1. Oxford University Press, New York, 167–174.
- Rechnitzer J. (2002): *(Mű)gyűjteni, de hogyan?* Régió Art Kiadó, Győr
- Révai Testvérek Irodalmi Intézet Részvénytársaság (1916): *Révai nagy lexikona. Az ismeretek enciklopédiája*. 14. kötet. Budapest
- Sikos T. T. (2000): *Marketingföldrajz*. VÁTI Kht., Komáromi Nyomda és Kiadó Kft., Komárom
- Sikos T. T., Hoffmann I.-né (2004): *A fogyasztás új katedrálisai*. MTA Társadalomkutató Központ, Folpress Nyomdaipari Kft., Budapest
- Throsby, D., Zednik, A. (2014): The economic and cultural value of paintings: Some empirical evidence. In: Ginsburgh, V. A.; Throsby, D. (eds.): *Handbook of the economics of art and culture*. Volume 2. North-Holland, Amsterdam, 81–99. <http://doi.org/b6gs>
- Zorloni, A. (2013): *The economics of contemporary art. Markets, strategies, and stardom*. Springer, Heidelberg <http://doi.org/b6gt>
http://artmagazin.hu/artmagazin_hirek/szerintem_a_kepzomuveszeti_elet....3156.html?pagid=119
(Letöltés: 2017. március 12.)
- http://www.bav.hu/cegtortenet#content_1951BAV (Letöltés: 2017. március 12.)