

Richard Fuxa, byznysmen a sběratel

31.5.2014 Magazín Práva

Nedávno odkoupil sbírku Muchových plakátů, které dvacet let shromažďoval tenista Ivan Lendl. Vlastní část děl malíře a grafika Bohuslava Reynka, jemuž uspořádal výstavu, která vyvolala vzrušené debaty svou pro nás nezvyklou reklamou západního stříhu. Jeden z nejvýznamnějších podnikatelů v oboru venkovní reklamy, milovník umění a novodobý mecenáš má však i další plány.

„Omluvte mě, přijdu o trochu později,“ hlásil osmačtyřicetiletý úspěšný podnikatel dopředu pětiminutové zpoždění. K Valdštejnské jízdárně dorazil na malém růžovém skútru. „Šetří čas, jsem s ním po Praze mnohem rychlejší než v autě,“ vysvětlil. V reklamě, kde se řadí ke špičce, platí dvojnásob, že čas je drahý.

Po rozhovoru, který se točil převážně kolem jeho oblíbeného výtvarného umění, si v pokladně vyzvedl vstupenku a šel nám zapózovat na výstavu Bohuslava Reynka, kterou spolupořádal a do níž vložil nemalé finanční prostředky. Po chvíli zasáhla ostražka, protože v sále se fotit nesmí. „Jsem od pořadatelů,“ omlouval se s tím, že měl dát o focení vědět dopředu písemně, nejen telefonicky. Drahnou chvílí pak ještě trpělivě strávil při focení venku, pak poděkoval za zájem a vrátil se ke svému byznysu...

* Bombastická reklamní kampaň a intimní malíř -kritiky jste si vyslechl dost. Co si o tom myslíte?

To je dáno tím, že tady máme skupinu vyhraněných reynkologů, kteří přesně vědí, co jde, a co už ne. Osobují si právo hodnotit. Já to respektuju, každý má nějaký názor, a navíc oni jsou často odborníci. Ale styl kampaně je dán snahou mojí a snahou mého nadačního fondu přiblížit umění lidem. Sledoval jsem obdobné akce v cizině, jezdil jsem po zahraničních galeriích, takže vím, jak se prezentuje umění venku. Mou touhou je přiblížit se západnímu modelu, který tady doposud není rozšířen.

* V čem je rozdíl?

Umění je tady zatím považováno za specifickou činnost, za svět sám o sobě. Co si budeme povídat, člověk je dnes zasycen materiálním světem. Aby se podařilo přilákat běžného člověka na výstavu, je třeba se této situaci přizpůsobit. Naším cílem bylo přinést návštěvníkovi zážitek. Kdo jde do dobré restaurace, neočekává už jen dobré jídlo a pití, ale taky osobité prostředí. A to bych chtěl přenést i do galerijního prostředí, protože to u nás není běžné. V zahraničních galeriích je obvyklý příjemný kontakt s personálem, který je třeba i nějak stylově oblečen, je tam servis u prodeje lístků, existuje tam provázání galerijního prostoru s kavárnou. Výstava umění má prostě nabízet celistvý zážitek. Proto jsme oslovili kreativní architekty Mirka Vavřinu a Federika Díaze, kteří měli nad instalací supervizi a mají určitý nový náhled na to, jak prezentovat umění.

* Vraťme se ale ještě k té kritice.

Opravdu si myslím, že se intimita Reynka a reklama netlučou. Ano, četl jsem pár takových okrajových názorů. Ale nejlepší je se zeptat lidí. A ti říkají, že je to fajn, že se jim kampaň líbí. Veronika Reynková, vnučka, která je kurátorkou výstavy a žije v Havlíčkově Brodě, říká, jaké má pěkné ohlasy i odtamtud. Jasně že odborná skupina kunsthistoriků či vyhranění novináři měli Reynka někam zařazeného. A teď se vyčlenil. Já myslím, že je to tak správně. Lidi potřebují mít silný impuls k tomu, aby se zamysleli, protože všude je moc informací. Reynka má hodně lidí zaškatulkovaného, ale z jeho obrazů je patrná zejména

životní pokora a radost z malých věcí. Někdo o něm říká, že jeho dílo je depresivní. S tím ale já nesouhlasím. Myslím, že právě on, který se držel těch pravých hoddělá not, má lidem co říct, když je svět zblázněný a člověk kolikrát neví, co je pravda a co ne. U něho ta poctivá pravda a pokora jsou. A to je krása.

* Část vystavených děl vlastníte. Jak jste se k poměrně zapomenutému autorovi vlastně dostal?

Ovlivnilo mě setkání s galeristou Zdeňkem Sklenářem, který nejrůznější projekty. Ukazoval mi, co všechno má za sebou, a jedna z věcí byla i výstava Reynka v Číně. To mě zaujalo. Další mýtus uměleckého světa totiž je, že Reynek je ohromně známý. Ale stačí vyjet za Prahu třeba do Řevnic a ze ptat se, kdo to je Bohuslav Reynek. Před výstavou by vám na to málokdo odpověděl. Pro mě samotného to bylo velké objevování. Jsem například velký obdivovatel Marka Chagalla. Srovnání, že Reynek a Chagall k sobě mají blízko, taky někteří neradi slyší. Já nehodnotím malířskou techniku, ale když oba autory vidím, vnímám tam stejné duchovní hledání, stejné chápání života a lásku k jednoduchým věcem. Podle mě je Reynek český Chagall, který je neobjevený pro širší veřejnost. Jenže z Chagalla je megacelebrita. Já se domnívám, že my máme svého českého Chagalla, kterého bychom mohli vyzdvihnout nejen u nás, ale i ve světě. Pro katolické země v Evropě je Reynek jistě velké téma.

* Plánujete tedy výstavu vyvézt i za hranice?

Zatím jsem to neplánoval v takovém měřítku jako třeba Muchu. Ten je mezinárodním fenoménem, Reynek zatím ne, i když potenciál má. Takže pokud ano, bylo by to v o dost komornější formě.

* Sbírku 116 plakátů Alfonse Muchy jste nedávno koupil od Ivana Lendla. Co tomu předcházelo?

S Ivanem jsem se kdysi zkontaktoval přes Karla Nováčka, tenistu. Oslovil jsem ho s ideou výstavy jeho sbírky Muchových plakátů. Ukázalo se, že se naskytly důvody, proč by mohl sbírku prodat.

* Jaké to byly důvody?

Už s ní nežil. Přestěhoval se do jiného, menšího domu, v tom starém už nepobýval. Vznikla mezi námi širší dohoda, jejíž součástí bylo, že to zatím nebudeme komunikovat s médii. Já jsem založil nadační fond, který se o sbírku staral. Nastavili jsme i další parametry smlouvy, z nichž jedním bylo, že sbírka přejde do mých rukou. A to se teď stalo.

* Nadace Richarda Fuxy má za úkol spravovat jen Muchovu sbírku nebo ještě něco víc?

Původně byl vznik vázán právě ke sbírce Alfonse Muchy. Ale protože i v životě obyčejně postupuji takzvanou salámovou metodou, tedy jdu krok po kroku směrem, který se ukáže, aplikoval jsem to i zde. Takže na začátku nebyla konkrétní myšlenka nebo strategie. Teď postupně nacházím smysl nadace i v jiných věcech. Chtěl bych vyhledávat umělecké projekty, které mají potenciál, a přiblížit je lidem. Nejedná se mi jen o výstavní činnost, ale třeba i o vydání specializované knihy. Vydali jsme teď bibli s Reynkovými ilustracemi a já se nebráním tomu, zabývat se vydavatelskou činností i nadále. Muchově sbírce se samozřejmě chci také věnovat. Mým dlouhodobým záměrem je vybudovat vlastní galerii, jež by se opřela základem o sbírku, kterou dal dohromady Ivan Lendl, ale jež by postupovala dál. Musel by se ovšem najít most mezi secesními plakáty a dnešní dobou, aby z toho nebylo jen muzeum. Chci, aby to bylo živé.

* V jakém stavu dnes sbírka Alfonse Muchy je?

Až na tři plakáty je kompletní. Dva z nich jsou ve sbírkách muzeí v Hamburku a Chicagu. Jeden nebyl už dlouho spatřen.

* Máte na mysli plakát Rudolfa Frimla, klavíristy?

Ano. O něm se neví, kde je. Hodně plakátů se dá koupit, protože se tenkrát tiskly v sériích. Ale hodně z nich se už sehnat nedá. Hodnota sbírky je v tom, že Ivan, respektive jeho kurátor, který se tomu věnoval třicet let, ji dal dohromady. Jak byl Ivan koncepční v tenise a šel si za svým, tak i tady měl nápad, že bude mít nejširší sbírku Muchových plakátů na světě. Že bude mít od každého jeden, aby měl všechny. To se mu téměř podařilo.

* Neláká vás sbírku dovést k dokonalosti a získat tři chybějící plakáty?

Láká. Chtěl bych ji dokompletovat. Pokud začneme působit v Americe, kde bych ji rád vystavil, lze pak operovat s tím, že máme výstavu a zda by muzeum plakát neuvolnilo. Ale na tom se musí pracovat postupně, rozhodně to nebude nijak rychlé.

* Jak hodnotíte Muchu jako odborník na reklamu? Dokázal by oslovit i dnes?

On byl první, který přinesl ženu do reklamy. To tenkrát nebylo obvyklé. On to vymyslel, že krása bude propagovat, a začal u Sarah Bernhardtové. Potom se na jeho plakátech objevovaly i další a dnes je to běžná věc. Žena je všude a pořád. A styl secese se lidem pořád líbí. Je prostě krásná, i když je staromódní. Některé hospody například používají secesní motivy dodnes. Je to vděčné téma. Co je však na Muchovi ohromně zajímavé, je Slovanská epopej. To je nedoceněné dílo.

* Jak to myslíte? O epopeji se hovoří spíš v souvislosti s jejím umístěním.

Cizinci například o ní vůbec nevědí a návštěvnost veletržního paláce, kde je nyní, není nijak obrovská. Já tam vzal Rusy a ti, když viděli ten monumentální obraz Zrušené nevolnictví na Rusi, byli ve veliké emoci. Dát tak dohromady sbírku plakátů a vystavit ji spolu s epopejí, to by bylo fenomenální. Byl by z toho znát Muchův životní příběh: jak nejprve dělal umění pro lidi, aby se uživil, pak se stal celebritou a nechal se podporovat mecenášem. Vrhli se do svého životního snu. Jistě, je otázka, zda idea Slovanstva je pro dnešek nosná, dnes už je to asi jinak, ale on si tehdy šel za svým snem, který chtěl namalovat a namaloval. To se mi líbí a to je mi blízké.

* Asi proto, že i vy si jdete za svými sny. Chcete vybudovat svou vlastní galerii, ale jednu, přesněji známý pražský Dox, už jste zakládal. Proč jste odešel?

Byl jsem i čtyřicetiprocentním akcionářem. Oni tam pořád dělají dobré věci, nicméně náš pohled na to, jak má fungovat galerie, se různí. Preferuji tam projekty k veřejné diskusi, pro úzkou skupinu intelektuálů. Moje cesta je oslovit hodně lidí, mít širší publikum. Proto jsem někdy i kritizován za velkolepou kampaň. Jenže kdyby nebyla kampaň, tak lidi o ničem nevědí. Tak to je, takový je svět.

* Co u vás přišlo dřív, reklama, nebo zájem o umění?

Já jsem původně vystudoval tiskařinu. Pak jsem pracoval v nakladatelství Artia, zaměřeném na vydávání populárně-naučné literatury a knih o umění. Až po revoluci jsem přešel do reklamy.

* A v roce 1991 jste si založil svou první reklamní agenturu Ark Thompson.

Ano, v devadesátých letech jsme se soustředili na reklamní, produkční a komunikační firmy. Pak jsme přešli na billboardovou reklamu. V devadesátých letech se umění ocitlo na okraji společnosti, dominovala reklama. Já jsem se nyní k umění vrátil, protože mě vždy bavilo. Nejsem znalec, ale zajímá mě. Když mi někdo řekne o autorovi, že je teď supermoderní, že je takzvaně in, nemusí mě vždy zaujmout. Hledám asi širší a trvalejší hodnoty, proto mě oslovují často již nežijící autoři, kteří promlouvají k dnešku, jako je Mucha či Reynek.

* Kdo vás vlastně k výtvarnému umění přivedl?

Byla to především moje žena. A třeba u výstavy Reynka, kdy jsem si občas říkal, že jsem se pustil do dosti náročného projektu, mě stále podporovala. A pak taky moje maminka. Byla to vysokoškolská profesorka, která měla doktorát a kromě toho, že učila češtinu a ruštinu, byla i velká vlastenka. Byla vlastně i rusofilka, což za socialismu mělo zvláštní nádech, ale ona prostě milovala ruskou kulturu. Takže vztah k umění mám asi po ní, i když ona měla ohromný vztah k literatuře, k výtvarnému umění tolik ne. Tak možná tam ten gen je.

* A co tatínek?

Tatínek je krásný chlapík, velmi hodný a s otevřeným srdcem. Celý život má radost ze života, úplně přirozeně.

* Vyrůstal jste v paneláku v Ústí nad Labem, co vás přivedlo do Prahy?

Vzal jsem to složitěji, přes Moskvu, kde jsem po gymplu pět let studoval tu tiskařinu. I tam mě asi navedla maminka.

* Tak to asi mluvíte perfektně rusky?

Rusky mluvím a mám ten jazyk rád. Přece jen jsem tam žil pět let. Rusko jsem procestoval, je to krásná země, s nádhernou přírodou a horami a s ohromnou historií. Dnes je ale trochu démonizované.

* Máte firmu na venkovní reklamu, která dlouhodobě a úzce spolupracuje s magistrátem. Jakou zkušenost máte odtud?

Každá práce v tomto prostředí je zajímavá. Setkávám se s lidmi na magistrátech, na úřadech a někde jsou konstruktivní, jinde je to složitější. Ale pořád je to komunální politika a tam většinou lidi opravdu chtějí něco dělat pro místo, kde žijí. Prošli jsme divokým obdobím 90. let, kdy chyběla pravidla. Dnes už města o reklamě přemýšlejí. Naše reklamy bývají v poměrně luxusním designu. Chceme dělat pěkné věci, a ne nesmysly. Problém spolupráce s magistrátem je ten, že i sem se promítají naše české politické bitvy, takže tu chybí kontinuita.

* Ale vaší firmě se daří dlouhodobě.

Ano, já v tomto prostředí pracuju pokaždé s tím, kdo tam zrovna je. Tak to prostě chodí.

* Co jste se v tvrdém prostředí vrcholového byznysu naučil?

Nebýt tak tvrdý. Když někdo něco moc chce, ono se mu to vrátí. Je jasné, že člověk musí být pracovitý, jít za kvalitou. Já chci mít svou práci dokonalou. Ale je třeba mít i pokoru, nejde chtít všechno, protože to prostě není možné. A to platí i v životě, nejen v práci.

V zahraničních galeriích je obvyklý příjemný kontakt s personálem, servis u prodeje lístků, provázání galerijního prostoru s kavárnou K umění mě přivedla moje žena. A pak taky moje maminka, vysokoškolská profesorka a velká vlastenka V umění hledám asi širší a trvalejší hodnoty, proto mě oslovují často již nežijící autoři, kteří promlouvají k dnešku, jako je Mucha či Reynek