

Viktória sa venovala dokumentárnej fotografii. Cítila, že umeniu sa chce venovať nielen ako autorka, ale chce rozumieť jeho hlbšiemu významu. Skúsenosti ju primäli zaoberať sa hlbšie otázkami o fungovaní umeleckého sveta – o jeho prístupnosti, elitárstve a potrebe demokratizácie umeleckého priestoru. „Chcela som vytvoriť priestor, ktorý bude otvorený, spravodlivejší a postavený na talente, nie na známostiach.“ Po štúdiu na Karlovej univerzite sa presťahovala do Rotterdamu, kde sa zrodil podnikateľský plán na Victory Art – platformu, ktorá by vytvárala férovejšie podmienky pre nádejných umelcov a dostala by ich diela k širšiemu publiku.

Obdivovať umenie a podnikáť v ňom alebo s ním sú dve rozdielne veci, kde a ako ste naberali prvé skúsenosti s umením v biznisovom kontexte?

Podnikať s umením znamená spájať kreativitu s veľmi praktickými schopnosťami – od manažmentu cez komunikáciu s klientmi a umelcami až po marketing, financie či logistiku. Na tieto oblasti ma akademické štúdium absolútne nepripravilo, a preto som sa musela všetko učiť doslova za pochodu. Prvé skúsenosti prišli cez stáže a dobrovoľnícke aktivity v oblasti kultúry. Ukázali mi, ako to funguje „zo zákulisia“. Zlom nastal, keď som sa rozhodla vytvoriť Victory Art. Napriek minimálnym podnikateľským skúsenostiam som vedela, že ak chcem naozaj niečo zmeniť a ponúknuť priestor východoeurópskym umelcom na medzinárodnej scéne, musím do toho ísť naplno. Na začiatku bola našou hlavnou cieľovou skupinou široká verejnosť – jednotlivci, ktorí chceli nakupovať umenie cez internet. V čase kovidovej pandémie tento segment narástol, no s meniacimi sa podmienkami na trhu sme sa strategicky presunuli aj k firemným zákazníkom. Dnes pracujeme najmä s korporátnym sektorom, ktorý má záujem o nákup či prenájom umenia pre svoje kancelárie, hotelové priestory alebo developerské projekty. Zároveň poskytujeme poradenské služby v oblasti umeleckých kolekcí a investícií do umenia. Popritom si udržiavame vzťahy aj so súkromnými zberateľmi a pokračujeme vo výstavných či vzdelávacích aktivitách.

Čo sa vám z pôvodnej vízie, ktorú ste mali pri založení Victory Art, podarilo naplniť?



JE NORMÁLNE ZLYHAŤ A ZAČAŤ ODZNOVA

Text Daniela Vidová Foto xxxxxx xxxxxxxx

„Ako nádejná fotografka som sa snažila nájsť si miesto na umeleckej scéne, no rýchlo som narazila na bariéry – silných „gatekeeperov“ a nedostatok príležitostí pre mladých autorov z nášho regiónu. Tento zážitok ma formoval nielen ako umelkyňu, ale aj ako človeka, ktorý chcel systém meniť zvnútra,“ hovorí Slovenka Viktória Žigo Pikovská, ktorá úspešne podniká v Holandsku v umeleckej sfére.

Naplniť kľúčový cieľ – zvýšiť povedomie o umelcoch zo strednej a z východnej Európy a vytvoriť pre nich platformu, kde môžu profesionálne rásť, získať klientov a prepojiť sa so svetovým publikom. Vďaka digitálnym nástrojom, silnému medzinárodnému networku a spolupráci s talentovanými kreatívcami sa Victory Art stala stabilným aktérom na trhu a zároveň inkubátorom umeleckého potenciálu regiónu.

Kedy cítite v oblasti práce najintenzívnejší pocit satisfakcie a pocit, že to, čo robíte, má zmysel?

Keď vidím konkrétne výsledky našej práce – či už v podobe spokojnosti klientov, alebo keď sa nám podarí reálne prispieť k zlepšeniu umeleckého prostredia v krajinách, kde pôsobíme. Práve v týchto momentoch si uvedomujem, že to, čo robíme, má hmatateľný vplyv. Osobitne naplňajúce sú pre mňa individuálne konzultácie s umelcami. Ide často o otvorené a podnetné rozhovory, kde spoločne hľadáme riešenia ich výziev – či už ide o strategické smerovanie, prezentáciu ich tvorby alebo budovanie spoluprác. Práve tieto momenty sú pre mňa mimoriadne zmysluplné, pretože často vidím pomerne rýchly posun – nielen v prístupe umelcov, ale aj v konkrétnych krokoch, ktoré podniknú smerom k svojim cieľom. Umelecký trh je v mnohých ohľadoch nevyspytateľný – v niektorých oblastiach veľmi dynamický, v iných zasa extrémne pomalý. O to vzácnejšie je, keď človek zažije priamu spätnú väzbu, vidí rast a hlavne akciu zo strany kreatívcov, ktorým pomáhame. Vtedy si poviem, že tá každodenná práca, aj keď často nie je viditeľná navonok, má naozaj hlboký zmysel.

Zostali ste žiť v Holandsku, prečo práve táto krajina? Čím vás fascinuje a čo by sme sa na Slovensku mohli od Holanďanov naučiť a osvojiť si?

Do Holandska ma tak trochu priviedol osud. Ešte počas štúdia na Karlovej univerzite som sa chcela zúčastniť výmenného pobytu a ako najvhodnejšia škola pre môj odbor sa ukázala práve univerzita v Rotterdame. Pobyt tam ma nadchol natoľko, že som sa rozhodla v Holandsku zostať, dokončiť bakalárske štúdium na diaľku, založiť firmu a neskôr pokračovať v magisterskom štúdiu – a nakoniec som tu ostala žiť. Holandsko ma fascinovalo od začiatku – svojou multikulturalitou, otvorenosťou a progresívnym myslením. V prostredí, kde sa stretáva toľko rôznych kultúr, názorov a prístupov, som pocítila veľkú mieru slobody, ale aj rešpektu. Vďaka tejto rôznorodosti je spoločnosť dynamická, tolerantná a zvyknutá na inovácie. Samozrejme, aj tu sa nájdu rôzne výzvy, ale negatíva sú prevyšované pozitívami. Hovorí sa, že po troch rokoch života v zahraničí si človek vyberie – či sa vráti domov alebo si nový domov vytvorí tam, kde je. V mojom prípade bolo rozhodnutie jasné, Holandsko sa stalo mojim novým domovom. Myslím si, že na Slovensku by sme sa od Holanďanov mohli veľa naučiť, predovšetkým v oblasti otvorenej diskusie, kritického myslenia a schopnosti rešpektovať odlišnosti.

popíska
popíska,
znacka,
cena



V čom bolo podľa vás jednoduchšie naštartovať podnikanie v zahraničí, než keby ste sa o to pokúšali na Slovensku?

Podnikať v zahraničí, konkrétne v Holandsku, pre mňa znamenalo vstúpiť do prostredia, ktoré je oveľa otvorenejšie voči mladým ľuďom, ženám a kreatívnym nápadom. V holandskej spoločnosti je úplne bežné, že mladí začínajú podnikať, skúšajú nové veci, testujú nápady – a okolie ich v tom často aktívne podporuje. Táto podnikateľská kultúra je nastavená skôr v duchu „skús a uvidíš“ než „najprv musíš mať 10 rokov skúseností“, čo je, žiaľ, častejší postoj v našich končinách. V prostredí, kde je normálne zlyhať a znova začať, sa človek nebojí skúsiť – a to je podľa mňa základný predpoklad pre akékoľvek podnikanie. Ďalším dôležitým faktorom je multikultúrne prostredie Holandska, ktoré je mimoriadne vnímavé voči rôznym umeleckým prístupom a perspektívam. Umenie z východnej a zo strednej Európy bolo pre mnohých Holanďanov niečím novým, neokukaným až exotickým. Tento záujem vytváral príležitosti nielen na dialóg, ale aj na trhový dopyt. Cítila som, že mám priestor priniesť niečo autentické, čo prirodzene zapadlo do tamjšej otvorenej a experimentálnej kultúry. Kultúra a umenie sú v Holandsku vnímané ako dôležitá súčasť spoločnosti a osobne si myslím, že je viac oceňovaná.

Ak by ste mali po rokoch skúseností vysloviť akúsi základnú univerzálnu radu pre ženy, ktoré sa otáľajú premeniť svoje sny alebo plány na realitu, aká rada by to bola?

Investujte do seba – časovo, mentálne aj finančne – a verte vo svoj projekt. Ak neveríte vy, prečo by mal niekto iný? Seba dôvera a vnútorné presvedčenie sú tým najdôležitejším základom, na ktorom sa dá stavať. Podnikanie nie je jednoduché a rozhodne nie je rýchlou cestou k úspechu. Vyžaduje si obrovské množstvo odhodlania, disciplíny a trpezlivosti. Výsledky často neprichádzajú zo dňa na deň – niekedy trvá mesiace, niekedy roky, kým sa začne ukazovať konkrétny dosah vašej práce. Práve preto je kľúčové vydržať, ne strácať cieľ a neustále sa zlepšovať. Zároveň treba aj neúspechy vnímať ako dôležitú súčasť cesty – každé zlyhanie v sebe nesie skúsenosť, ktorá môže byť odrazovým mostíkom k niečomu lepšiemu. Aj keď veci nevyjdú podľa predstáv, ostanú vám zručnosti, poznatky a odolnosť, ktoré sa nedajú naučiť inak než praxou. Naopak, nezačať vôbec – neodvážať sa skúsiť – je podľa mňa tou najväčšou stratou.

