

IN EEN WERELD VAN
TEVEEL, IS TEVEEL
HETZELFDE

LOUISE
SCHOUWENBERG
& GUUS BEUMER

Het Rijksmuseum in Amsterdam toont van 1 november tot 16 december *For the Love of God* van de kunstenaar Damien Hirst, een met 8601 diamanten ingelegd platina afgietsel van een mensenschedel. De schedel, waarmee Hirst de dood in het gezicht lacht en eeuwige roem vergaart, is in 2007 voor bijna 100 miljoen dollar verkocht. Daarmee is Hirst de annalen ingegaan als de best verkopende nog levende kunstenaar van zijn tijd. Een jaar later noemt hij het veilinghuis het meest democratische platform voor de kunst, passeert Hirst zijn galeries en verkoopt hij zijn nieuwste werken rechtstreeks via Sotheby's. Niet langer het museum, zelfs niet de beurs of de galerie, maar de veiling bepaalt vandaag de dag de waarde van kunst en vormgeving. Kunstwerken en designproducten zijn met andere woorden simpelweg waard wat ze kosten.

Is dit het credo van de 21e eeuw, de uitkomst van een cultuur die door de markt wordt gedomineerd? In ieder geval staat de opvatting haaks op wat nog niet zo lang geleden werd geloofd. Economische waarde was tot voor kort slechts een van de criteria, náást culturele waardes als verbeeldingskracht en de rijkdom van ideeën. Kwaliteitscriteria plooiden zich weliswaar naar de actualiteit, maar vormden desondanks het resultaat van een publiek debat dat voor een belangrijk deel werd gevoerd vanuit culturele instituties. De exorbitant toegenomen welvaart in West-Europa, Noord-Amerika en Japan, waar de markt sinds de jaren '70 van dominante invloed is op het culturele veld, heeft het idee van waarde als het resultaat van een publiek debat definitief om zeep geholpen. Waarde is een puur economische factor geworden. In een wereld van het Teveel, is teveel hetzelfde en als reactie hierop moet de markt op zoek naar een nieuwe hiërarchie. De economie van de schaarste is veranderd in een economie van de aandacht.

Voor het culturele veld werd deze verschuiving zichtbaar in het stijgende belang van galeries, beurzen en veilingen. Vanouds waren het de musea, die door hun aandacht voor conservering, collectioneren en reflectie, de centrale rol vervulden binnen het waardesysteem van kunst en design. Inmiddels is die rol vergeven aan de

galeries, de beurzen en de veilingen, waarmee de aandacht ook is verschoven naar de distributie en consumptie van kunstwerken en designproducten. En terwijl reflectie veelal is verbonden aan de sereniteit van de tentoonstellingsruimte, vergt consumptie een verleidelijke omgeving en een geraffineerde wijze van display, liefst in de vorm van spektakel als de meest effectieve schakel tot de media en daarmee het grote publiek. Met als gevolg dat zowel de kunst als de vormgeving de afgelopen jaren neigen naar een leesbare beeldtaal, waarbij het sterkste beeld synoniem is voor het grootste mediasucces. Immers, met de teloorgang van het publieke museum als producent van waarde verkrijgen kunst en vormgeving nog slechts als tweedimensionale beelden op de glanzende pagina's van het tijdschrift die vereiste marktwaarde en het zo begeerlijke imago. Desondanks is er de laatste twee jaar opnieuw een verlangen te bespeuren naar fysieke objecten die door hun handmatige vervaardiging en rijke materialiteit een tijdloze kwaliteit lijken te bezitten; ambacht als de meest actuele gedaante van hiërarchie, van waarde, van luxe. Dit verandert niet alleen de manier waarop culturele uitingen worden gewaardeerd, maar heeft mogelijk ook verder reikende implicaties.

De speculatieve kwaliteit van beeldende kunst vormt een klassieke verleiding voor investeerders: voor de schilderijen van overleden kunstenaars als Willem de Kooning, Francis Bacon, Mark Rothko en Andy Warhol worden in de kunsthandel grote bedragen neergeteld. Dat laatste geldt inmiddels ook voor nog levende kunstenaars als Jeff Koons, Julian Freud en Damien Hirst; hun topwerken haalden respectievelijk 24, 34 en 100 miljoen dollar. Maar de behoefte aan nieuwe beelden, aan nieuwe namen is onverzadigbaar en de afgelopen twee jaar toont de kunsthandel een groeiende aandacht voor design. De toon werd in 2007 gezet toen Marc Newson's *Lockheed Lounge Chair* uit 1986 bij Sotheby's werd verhandeld voor 968.000 dollar. Vervolgens ontstond een ware trend om designproducten in beperkte oplages te produceren. Naast Newson behoren inmiddels zo'n twintig ontwerpers tot de starleague van de internationale

markt, waaronder Jaime Hayon, Zaha Hadid, Tord Boontje, the Campana brothers, Studio Job, Tom Dixon, Hella Jongerius, Maarten Baas en Ron Arad. De bedragen voor kunst worden niet gehaald, toch zijn de prijzen ongewoon hoog voor meubels en gebruiksvoorwerpen, die op enkele uitschieters na, schommelen tussen de 20.000 en 200.000.

De vraag is natuurlijk of en hoelang deze trend onder de huidige economische condities zal worden voortgezet? “Alleen een totale crash van alle financiële markten kan de prijzengekte stoppen”, zo valt al een tijdlang te horen. Die voorspelling begint deels uit te komen. Tijdens de Frieze kunstbeurs in Londen, die begin oktober plaatsvond, waren de befaamde ‘vijf minuten opties’ verleden tijd en werd er beduidend minder verkocht dan een jaar geleden en ook de meest recente veilingen van Christie’s en Sotheby’s brachten in oktober zo’n 30% minder op dan was voorspeld. Toch is er tot op dit moment nog geen sprake van een totale crash in de kunsthandel. De bekende namen brengen nog steeds imponerende bedragen op, een gegeven dat nog steeds wordt toegeschreven aan de nieuwe groep investeerders uit China, India, Rusland en natuurlijk de Golfstaten.

In het aankoopbeleid van zowel de oude als nieuwe investeerders gaat de aandacht vooral uit naar werken waarin een hedendaagse thematiek en iconografie wordt gepaard aan kunstnijverheid. Het curieuze object *For the love of God* past zonder meer in een moderne variant van de eeuwenoude Wunderkammers, waar het los van alle verschillende betekenissen, getuigt van zijn kundige vervaardiging en kostbaarheid. Naast de inhoudelijke en speculatieve waarde koketteert het object ook met het idee van een ‘echte’ waarde; het vereist immers een kleine 20 miljoen dollar om de schedel te kunnen produceren. En net als de objecten in de 16e en 17e eeuwse Wunderkammers toont de schedel in het Rijksmuseum uiteraard zijn evidente schoonheid. Dankzij deze stapeling van uiteenlopende waarden van religieuze tot artistieke, van tijdelijke tot eeuwige, van historische tot actuele en van echte tot speculatieve, kan het object worden opgevat als een kentering in de waardering van

beeldende kunst. Een kentering die regelrecht samenvalt met de en/en-ideologie die de markt karakteriseert en waarmee de of/of redenaties van het klassieke kunstdiscours tot anachronisme is verklaard. Eenzelfde kentering die ook te zien is bij de gelimiteerde edities in design. Binnen de voorhoede van design golden de ambachten tot voor kort als gedateerd en ondemocratisch, onder andere omdat alleen een elite zich handwerk zou kunnen veroorloven. Maar nu de kunsthandel interesse toont voor design scoren producten, die niet alleen over conceptuele kwaliteiten beschikken, maar waarin eveneens exclusieve materialen en de sporen van arbeidsintensieve vervaardiging zichtbaar zijn. Illustratief zijn de pronkstukken die Jurgen Bey, Studio Job, Hella Jongerius en Alexander van Slobbe ontwierpen voor Royal Tichelaar in Makkum. In 2003 restaureerde dit oudste Nederlandse bedrijf een 17e eeuwse pronkvaas uit de collectie van het Rijksmuseum. Er moest veel onderzoek worden verricht naar traditionele technieken en daarom besloot het bedrijf de opgedane expertise ook in te zetten voor hedendaags design. Ook hier werden kosten noch inspanning gespaard in de uitvoering. Maar omdat de ontwerpers expliciet het verleden en het fenomeen van de pronkvaas van commentaar hebben voorzien in hun ontwerpen, voegen zij aan de ambachtelijke objecten de waarde van het hedendaagse gebaar toe en, volgens Tichelaar, de waarde van lokaliteit. Dat laatste gebeurde bijvoorbeeld door een vervreemdend gebruik van historische decoratiepatronen, zoals bij Hella Jongerius, terwijl Alexander van Slobbe het pronkstuk weer expliciet functioneel maakt, omdat deze, opgebouwd uit verschillende containers, min of meer als verpakking fungeert voor een couture-jurk, een parfum en een kleimasker. Tichelaar staat niet alleen in deze aanpak, vrijwel alle gelimiteerde edities laten een soortgelijke aandacht zien voor een ambachtelijk maakproces. Een eeuw nadat het designvak uit de ‘arts and crafts’ beweging werd geboren, heeft de markt een nieuw verlangen gecreëerd naar de meest schaarse en meest luxe kwaliteiten van het huidige tijdperk: tijd en aandacht.

Zoals te verwachten brengt ook deze ontwikkeling veel uitwassen met zich mee. Zo worden veel designproducten domweg opnieuw geproduceerd in dure materialen. De gelimiteerde oplages fungeren zo als retorisch instrument om datgene dat in overvloed aanwezig is te transformeren in een object met het aura van authenticiteit en exclusiviteit. En kitsch is eveneens een vertrouwd bijproduct van deze tendens, zoals het met mozaïek bekleedde vliegtuig van de Spaanse ontwerper Jaime Hayon (*Jet Set*), dat voor altijd aan de grond genageld zal staan.

For the Love of God van Hirst maakte veel discussies los, onder andere vanwege de delicate relatie tussen artistieke kwaliteit en economische waarde. Echter, men kan zich blijven verwonderen over *prijs* als de nieuwste uitkomst van de maatschappelijke status van kunst en design, maar het lijkt zinvoller de aandacht te verplaatsen naar een debat over de toekomstige rol van ambacht. Dat debat kan niet alleen gaan over ambacht als arbeidsintensieve en kostbare techniek, maar moet ook gaan over de waarde van culturele erfenissen en de verhalende kracht van traditionele technieken die, los van de toegevoegde betekenissen van de ontwerpen, in zichzelf al een weelde aan verwijzingen in zich dragen. Het debat moet zich ook richten op de specifieke wijze van kennisproductie die eigen is aan het ambachtelijk domein en de rol van het toeval als fundamenteel onderdeel van ieder ambachtelijk proces. Aan de gebruikerskant kunnen de zichtbare sporen van handmatige vervaardiging de intieme relatie tussen gebruiker en object herstellen; dat past bij een tijdsgewricht waarin duurzaamheid een noodzaak is geworden. Aan de productiekant kan de hiërarchische verhouding tussen meester-leerling, die typisch is voor ambachtelijke scholing, een bijdrage leveren aan een verandering van het onderwijssysteem, waarbinnen makers steeds meer zijn verbannen naar de onderste echelons van de samenleving. Vaardigheden, die bijvoorbeeld liggen in het leren hanteren van proporties, van maat en dankzij een directe omgang met materialen en gereedschap kunnen bijdragen aan de eigenwaarde van de uitvoerder. Zo bezien is een herneming van

ambachtelijke tradities niet alleen een geperverteerde luxe voor een handjevol miljardairs, maar ook een maatschappelijke noodzaak.

Deze tekst is in geredigeerde vorm verschenen in *De Groene Amsterdammer*.

Dit essay is een uitgave in het kader van de projecten *This is not a Damien Hirst* en *It is all about crafts* bij Marres, centrum voor contemporaine cultuur in Maastricht, december 2008.