

BLITZKRITIEK - VEILING TE KOOP



auteur Alexander Nieuwenhuis

rubriek blitzkritiek

Veilen is blijkbaar de nieuwste sport in podiumkunstenland. Zaterdag laat Wayn Traub in de Bourla opbieden voor een paar van zijn artefacten, inclusief zijn artiestennaam. Sarah Vanhee maakte het onlangs nog gekker. Bij wijze van slimme performance veilde ze op het Playground Festival onuitgevoerde ideeën van anderen. Alexander Nieuwenhuis was erbij, zag wat er gebeurde en vormde zijn eigen idee. U krijgt het gratis en voor niks: 'dit is het symptoom van een zelfgenoegzame sector.'

Op 13 november verkocht Sarah Vanhee ideeën die medekunstenaars ter veiling aanboden in het STUK in Leuven. Sommige ideeën waren moeilijk uitvoerbaar (een stalen buis van tien kilometer lang voor de kust, als een soort tweede horizon), andere leuk maar nutteloos ('I drank a glass of water and then I jumped in the water' van Stijn van Dorpe). Wat ze deelden, was dat ze ongerealiseerd of onrealiseerbaar waren. En dat er weinig echt briljants tussen zat. Behalve het idee voor de veiling zelf, dat was een echte vondst. Wie heeft er nog producten nodig als ideeën het geld ook al kunnen doen stromen? Als er maar champagne is, en die was er. Aan het eind van de avond werden de contracten ondertekend en konden de trotse bezitters van ideeën met elkaar het glas heffen. Ze hadden er vaak 80 en soms zelfs 1400 euro voor moeten neerleggen, maar dan heb je tenminste wat. Of niet?

De veiling maakte deel uit van het Playground Festival, een jaarlijks gebeuren voorbij de traditionele kunstdisciplines. De avond van Vanhee kwam er goed tot zijn recht omdat hij de setting van een veiling gebruikte om iets anders te laten gebeuren. De encenering was uitstekend: een professionele veilingmeester van Veilinghuis Bernaers leidde het bieden in goede banen, een assistente las met Amerikaans accent de ideeën voor en Karlien Vanhoonacker van Kunstenfestivaldesarts benadrukte als 'valuator' de marktwaarde van de ideeën (omdat het publiek voornamelijk uit het kunstenveld zelf kwam, werd ze makkelijk als autoriteit erkend). Er was zelfs een pianist die gepolijste jazz voor ons speelde. We waren 'chez nous'. Elke bezoeker kreeg bij binnenkomst 5000 cc (creative capital, gelijk aan 5 euro). Alles wat daar boven geboden werd, moest na afloop in echt geld verrekend worden en ging naar de bedenker van het idee. *VISA accepted.*

Behalve met harde euro's (slim gemaskeerd door er twee nullen achter te plakken en het cc te noemen), kon je ook met eigen ideeën bieden. Dat heette dan pcc: Personal Creative Capital. Verder konden de regels ten allen tijde bediscussieerd en veranderd worden, als het publiek er per stemming zijn akkoord voor gaf. Een transparante opzet dus, die geen enkele kritiek uitsloot, maar toch voelde niemand de behoefte in opstand te komen tegen de bizarre verkoop waarin we ons bevonden. Het publiek bleef mak bieden op het ene na het andere idee. Vanhee raakt hiermee aan het bespottelijke verlangen iets te bezitten wat geen materiële of economische waarde heeft. Dat verlangen stond garant voor de dynamiek van de veiling en bleek bijzonder reëel: de cc's vlogen in het rond. Vanhee speelde haar rol ook zo goed dat het absurde van de situatie vanzelf vergeten werd. Een idee als 'I drank a glass of water and then I jumped in the water', deel van een collectie van negen ideeën van Stijn van Dorpe, is in feite van iedereen die het gehoord heeft, maar er waren mensen in het publiek die het nodig vonden het te 'bezitten'. Ze boden ervoor op, het ging 'weg' voor 120 euro.



© STUK

Door frivole, ingenieuze en soms oppervlakkige ideeën ter veiling aan te bieden, gaf Vanhee het publiek een keuze en een verantwoordelijkheid waar het waarschijnlijk niet aan gewend is. In een interview met de *Standaard* zei ze de intelligentie van het publiek aan te willen spreken, en dit is daar allicht een manier voor. Het meest intelligente antwoord zou misschien geweest zijn om collectief niet te bieden, maar dat bleek niet echt een optie. Net als in het echte leven zaten we gevangen in een cyclus van productie en consumptie zonder zichtbare alternatieven. Het publiek gedroeg zich zoals het dacht dat het zich moest gedragen: in dit geval door te bieden. De affirmaties van de valuator ('this is a great idea' you can do it at home with family or friends or even with artists') werden klakkeloos gevolgd. De ideeën verkochten als warme broodjes.

De som van 1400 euro werd betaald voor een idee van Mette Edvardsen: performers een boek vanbuiten te laten leren zoals in Truffauts film *Fahrenheit 451* en ze aan te bieden aan een publiek. Hoewel het geen gepatenteerd of origineel idee betreft, was het blijkbaar erg begerenswaardig. Afgevaardigden van De Appel en het STUK (producent van de veiling) boden er lustig op los: 700.000 cc, 750.000 cc, 800.000 cc. Een groepje kunstenaars kwam tussenbeide en stelde dat, ongeacht wie het idee zou kopen, zij het hoe dan ook zouden uitvoeren en het dus zouden 'stelen'. De vrouw van De Appel stelde dat zij het idee zou kopen en het dan door de kunstenaarsgroep zou laten uitvoeren. Er ontstond een vage impasse en Vanhee stelde voor in de pauze de kunstenaar te contacteren. Edvardsen koos voor de win-win-situatie. De groep mocht het idee uitvoeren en daarbij Mette Edvardsen als bedenker noemen, terwijl de huizen mochten blijven bieden. Nu zo openlijk bleek dat het idee geen economische waarde had (een groep kreeg het gratis), zou je verwachten dat het bieden ophield, maar het STUK en De Appel bleven de prijs opdrijven tot 1400 euro. Het STUK kan nu een idee dat al gemeengoed was, oppikken in zijn programmering, waarbij de meerwaarde vooral zit in het feit dat het gekocht is tijdens de veiling van Vanhee. In de financiële wereld draaien mensen daarvoor (soms) de bak in.

Aan het slot van de veiling werden nog zes ideeën van Benjamin Verdonck 'weggegeven', omdat de kunstenaar dat een goede oplossing leek. De valuator had het over een fantastische kans: 'We all want to have a Verdonck, don't we?'. Mensen die er een goed idee in zagen gingen voor een videoscherm met het idee erop staan en werden met hun veilingnummer gefotografeerd. Verdoncks idee om toestemming te krijgen de kano van Leopold II door illegale Congolezen Brussel rond te laten dragen werd enthousiast onthaald. Iemand uit het publiek opperde dat iedereen bij het idee zou gaan staan waar slechts twee mensen geen gehoor aan gaven. Dat gaf een heel natuurlijke oplossing voor het spanningsveld van de avond. Een goed idee dat moeilijk of niet uit te voeren is, blijkt aangenaam om te horen en ook leuk om mee op de foto te gaan. Erop bieden is eigenlijk overdreven.

Dat Vanhee hier geen standpunt over innam, is de kracht die de veiling mogelijk maakt maar ook een zwakte. Vlijmscherp ensceneerde ze bizarre elementen van de (kunst)handel zonder die te propageren of stiekem te veroordelen. In theorie spreekt ze daarmee het vermogen van het publiek aan om zelf stelling in te nemen, maar tijdens de veiling bleek dat slechts in beperkte mate een praktijk. Vreemd, gezien het 'kritische' sectorpubliek dat de tribune vulde. Dat kan een belletje doen rinkelen. Los van de open vraag of deze veiling 'noodzakelijk' was, lijkt hij me een symptoom van een zelfgenoegzame, in zichzelf gekeerde sector, waar de artieste met absolute verve maar zonder veel engagement in opgaat. Of dan toch enkel met engagement in de betekenis van 'het contract van een artiest'.

[Naar top](#)



REACTIES



REAGEER

Reacties die niet bijdragen aan het debat, bijvoorbeeld omdat ze onbeschoft zijn of alleen maar een zure oprisping zijn, zullen door de redactie worden verwijderd.

Naam:

E-mail

Website

Reactie:

Code:*

42468

VERZENDEN

Powered by AkoComment Tweaked Special Edition v.1.4.6
 AkoComment © Copyright 2004 by Arthur Konze - www.mamboportal.com
 All right reserved

Venster sluiten