

Nieuwe PAN: alle kunstvormen door elkaar

Kees Keljer
AMSTERDAM

Het roer moet om: de kunst- en antiekbeurs PAN, die komende november voor de dertigste keer wordt georganiseerd in de RAI, heeft te maken met een snel veranderende markt.

Het vak van antiquair of kunsthandelaar is niet meer hetzelfde als twintig jaar geleden en ook de smaak van klanten verandert in rap tempo. Tijd voor een forumdiscussie, die gisteren werd gehouden in de Burcht van Berlage. Onder leiding van Lennart Booi, conservator Toegepaste Kunst en Vormgeving van het Stedelijk Museum, werd gesproken met PAN-deelnemers, verzamelaars en interieurontwerpers. Hoe houdt PAN grip op de bewegende kunstmarkt?

Eerst werd geïnventariseerd wat er de afgelopen twintig jaar zoal is ver-

anderd. "Ik denk dat het heel simpel is," zei Niels de Boer van kunsthandel P. de Boer aan de Herengracht. "Het internet. Daardoor kon ik twee jaar geleden bieden op een veiling uit Mexico waar ik nog nooit van gehoord had. Het stuk zag ik een jaar later weer op een Europese site langskomen."

Volgens collega-handelaar Mark Smit uit Ommen is vooral 'wat ik verkoop en aan wie' veranderd. "Ik zag laatst een oude foto van mezelf in de kunsthandel en toen viel het me op dat ik omringd werd door donkere schilderijen. Tegenwoordig willen mensen kleurrijker, lichter werk. Klanten willen iets vrolijkers."

Uitstervende soort

De klassieke verzamelaar die zich bijvoorbeeld op de Haagse School richt en die zijn verzameling langzaam uitbreidt, is een uitstervende soort. De kunsthandel is ook veel internationaler geworden. Een verzamelaar die

zich goed voorbereidt, kan over een specifieke kunstenaar bijna net zo goed ingevoerd zijn als een handelaar die al tientallen jaren in het vak zit.

En dan zijn er nog de jonge internet-ondernemers die weliswaar veel geld verdienen, maar volgens de aanwezigen

Mensen kopen nu eclectisch: een Breitner en een foto van Kate Moss

ge interieurontwerpers vaak helemaal geen kunst willen kopen, maar 'iets eigenzinnigs' in huis halen. En als ze wel kunst kopen, doen ze dat eclectisch. Een Breitner naast een foto van Kate Moss. Mensen die kunst kopen krijgen dat niet meer van huis uit mee, maar moeten het zelf leren ontdekken. Hier ligt nog een schone taak voor de kunsthandelaar, vonden velen.

Toen Roberto Payer, manager van het Hilton en het Waldorf Astoria, eind vorig jaar begon als president-commissaris van de PAN, vond hij het 'een dooie boel'. Jonge mensen kennen de PAN vrijwel niet. Hij vroeg jonge fotografen om het ontwerp voor de poster te maken en die ziet er een stuk aantrekkelijker uit dan die van vorig jaar.

Oesterbar

Ook de plattegrond van de PAN gaat op de schop. Oude schilderijen en modern design, horloges en fotografie, hedendaagse fotografie en tribal art worden allemaal gemengd. Het grote plein in het midden waar gezellig kan worden geborreld en gegeten, maakt plaats voor stands. Restaurant, bars en oesterbar zijn straks alleen aan de buitenkant van de beurs te vinden. Payer: "Het moet weer om de kunst en het antiek gaan en niet om het eten en drinken."