

Instagram schudt de kunstwereld op. De drempel die galeries en kunstenaars scheidt van hun publiek was nog nooit zo laag. Maar critici vrezen dat kunst die niet Insta-fähig is het moeilijk krijgt.

Door Jeroen Bos

De reddingsboei in coronatijden

Het verbaast haar, maar de coronacrisis is voor galeriehouder Pien Rademakers helemaal niet slecht verlopen. Dat is opvallend, want de internationale kunstbeurzen, waar ze veel klanten ontmoet, gingen niet door. En twee keer moesten alle galeries in Nederland wekenlang hun deuren sluiten.

Rademakers' redding? Behalve een flinke dosis aanpassingsvermogen en creativiteit was dat Instagram. 'Ons Instagram-account is het afgelopen jaar ongelooflijk belangrijk geweest', vertelt Rademakers. 'Zo konden we in contact blijven met onze klanten en vooral ook veel nieuwe geïnteresseerden bereiken.'

Roy Kahmann heeft een soortgelijk verhaal. Zijn Kahmann Gallery is gespecialiseerd in fotografie. 'We zijn beeldgeoriënteerd, dus Instagram was al ons ding, maar sinds april vorig jaar heeft het een enorme boost gekregen. Dat geldt trouwens ook voor Facebook, dat we een beetje hadden afgeschreven, maar nu een tweede leven heeft gekregen.'

Kahmann gebruikt Instagram om nieuw werk uit zijn galerie te tonen en om volgers te wijzen op tentoonstellingen van fotografen uit zijn stal. Daarnaast plaatst hij steeds een foto van de week.

Rademakers is iets actiever. Zij plaatst twee berichten per dag en op vrijdag neemt ze kijkers via Instagram Live mee naar het atelier



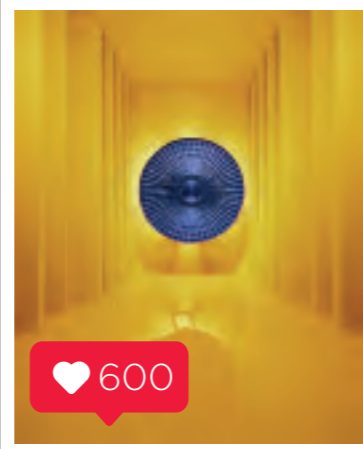
Links: 'Disco-Jacket - Pink' (2020), Jessi Strixner, gepost door Rademakers Gallery.

cent van onze onlineverkoppen gaat naar het buitenland.'
Cijfers voor de Nederlandse markt ontbreken, maar kopers lijken steeds makkelijker werken aan te schaffen die ze alleen online hebben gezien. Vóór de coronacrisis verkocht Kahmann af en toe iets online, maar dat waren altijd kleine werken. 'Nu is er echt een verschuiving gekomen. Een paar weken geleden verkocht ik drie werken voor 11.000 euro aan een klant die ze alleen online had bekeken. Ik liet hem nog weten dat we best een afspraak konden maken om ze te bekijken, maar dat vond hij niet nodig.'

Zonder bezichtiging

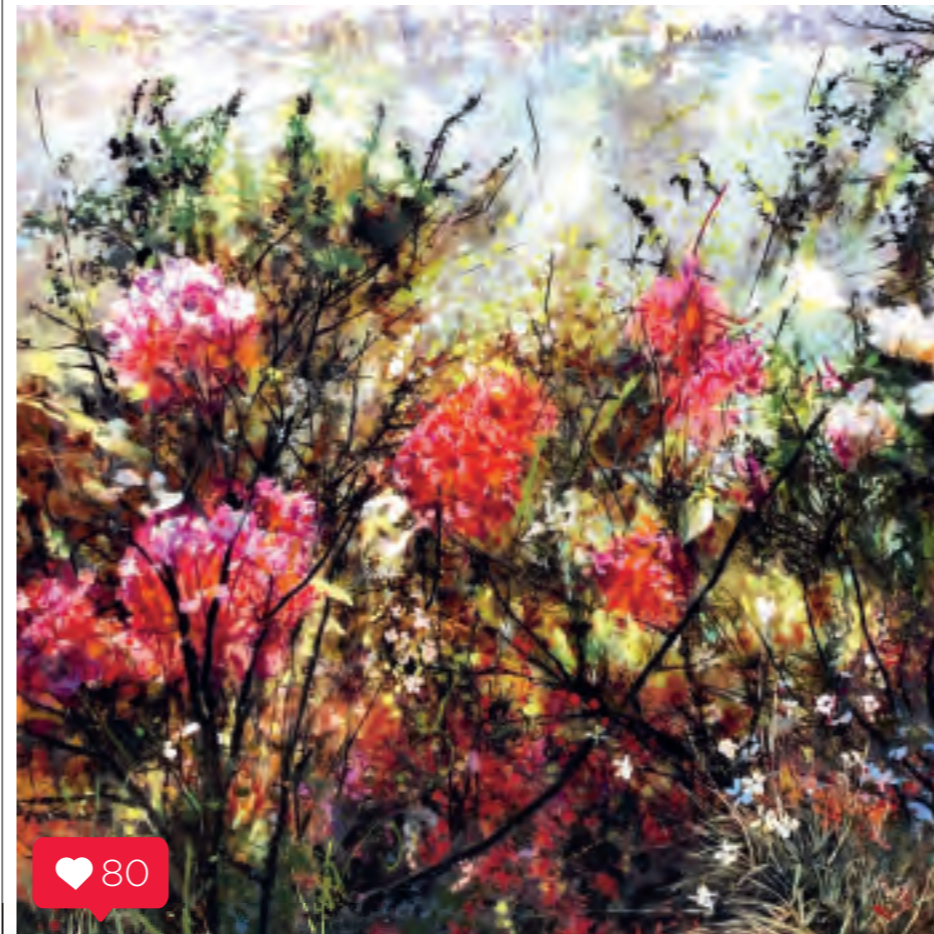
Ook Rademakers verkoopt nu werken van 7500 tot 10.000 euro aan klanten die alleen online kijken. Maar het gros van de werken die ze zonder fysieke bezichtiging verkoopt, is flink goedkoper dan dat. Vooral werken in oplages, edities in jargon, doen het goed in de onlineverkoop. Al voor de coronacrisis deden onlineverkoppen van zulke werken goede zaken. Rademakers is er nu ook mee begonnen. De edities leveren haar financieel weinig op, maar ze brengen nieuwe kopers in haar zaak, al dan niet online. 'Zij kopen later soms weer duurdere werken.'

Rademakers is enthousiast over Instagram, maar ziet ook een keerzijde. Ze waarschuwt dat kunstenaars die de wereld van Instagram niet zo goed volgen, onterecht buiten de boot kunnen vallen. Dat kan doordat ze het medium negeren, maar ook doordat ze geen goede foto's gebruiken. 'Dat is een probleem. Dan ga je naar een situatie waarin de Insta-waardigheid van een werk de kwaliteit bepaalt.' Kunstenaar Levi van Veluw



Links: 'Blou Blous' (2019), Kevin Osepa, gepost door Kahmann Gallery.

Wie Insta niet goed volgt, kan onterecht buiten de boot vallen



Links: 'Symbiose 120-12' (2020), Suus Suiker. Zij maakt haar werken van bijenwas.

Rechts: 'Do You See It?' (2019), Sara Punt. Galeriehouder Roy Kahmann zag haar werk op Instagram.



'A Grid with Purpose' (2017), Levi van Veluw.

'Iedereen heeft af en toe een paar complimenten nodig'

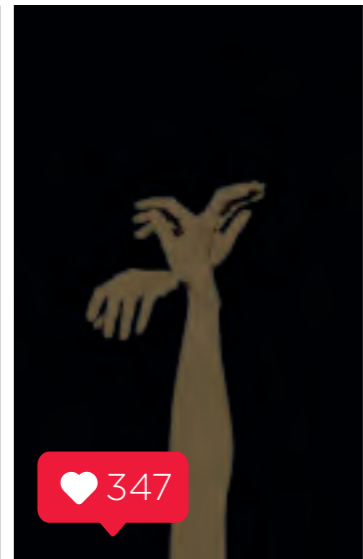
plaatst nog een andere kanttekening. 'Een deel van de kunst werkt gewoon niet op Instagram, hoe goed de foto's ook zijn.' Hij noemt als voorbeeld conceptuele kunst, die vooral draait om het achterliggende idee. Dat komt niet goed over het voetlicht met een foto'tje en een snelle krabbel in de kantlijn, wil hij maar zeggen.

Van Veluw maakt schilderijen, maar vooral installaties en sculpturen. Dat zijn vaak grote werken, met veel details en soms ook bewegende delen. Het is kunst die een belangrijk deel van haar kracht ontleent aan haar imponerende, fysieke aanwezigheid. 'Dat is lastig te vertalen naar Instagram, waar alles snel is en klein', zegt Van Veluw. Toch post hij regelmatig over zijn werk, de laatste tijd vooral

filmpjes, waarin hij de camera in vogelvlucht langs zijn werken laat gaan. Hij geeft ook inkijkjes in het maakproces, door iets over techniek en materialen te vertellen.

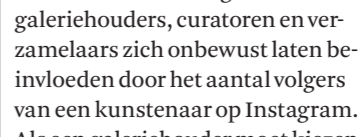
'Ik heb een haat-liefdeverhouding met Instagram', vertelt hij. Zonder kunstbeurzen, met de galeries op slot en de musea dicht is het volgens hem een prima middel om het gemis aan contact met het publiek op te vangen. 'Ik mis door deze pandemie de verbinding met de kunstwereld', geeft hij toe. Een paar duimpjes omhoog van digitale volgers zijn dan welkom. 'Iedereen heeft af en toe een paar complimenten nodig om vooruit te komen.' Opdrachtgevers weten hem ook te vinden via Instagram.

'Maar ik vrees dat succes op Instagram een graadmeter wordt voor de kwaliteit van kunst. Ik betrap me er al op dat ik me afvraag of een werk van mij dat tweehonderd likes krijgt, beter is dan een werk dat maar honderd duimpjes omhoog krijgt.' Van Veluw kan dat

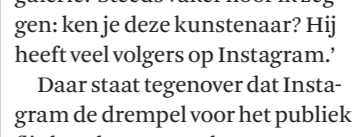


'Palm Tree of Hands' (2020), Sara Punt.

@kahmann_gallery
1024 berichten • 11.000 volgers • 927 volgend



@levivanveluw
441 berichten • 6884 volgers • 647 volgend



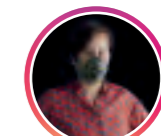
@suus_suiker • 885 berichten • 1994 volgers • 1028 volgend



@sarapuntcom 230 berichten • 8517 volgers • 685 volgend

'Steeds vaker hoor ik zeggen: ken je deze kunstenaar? Hij heeft veel volgers op Insta'

GALERIES EN KUNSTENAARS OP INSTAGRAM



@rademakersgallery
1596 berichten • 9713 volgers • 1657 volgend



@kahmann_gallery
1024 berichten • 11.000 volgers • 927 volgend



@levivanveluw
441 berichten • 6884 volgers • 647 volgend



@suus_suiker • 885 berichten • 1994 volgers • 1028 volgend



@sarapuntcom 230 berichten • 8517 volgers • 685 volgend

ontdekte mijn werk op Instagram en bood me een tentoonstelling aan. Helaas kan daar nu niemand komen kijken, vanwege de coronamaatregelen.'

Suiker gebruikt Instagram niet als verkoopkanaal. 'Mensen die geïnteresseerd zijn, verwijst ik naar de galeries die mijn werk verkopen. Ik gebruik mijn account vooral om te laten zien wat voor kunst ik maak en om te vertellen over het materiaal dat ik gebruik.'

Persoonlijke gesprekken

Voor fotograaf Sara Punt heeft Instagram zijn waarde al bewezen. Zij wordt nu vertegenwoordigd door galeriehouder Roy Kahmann. Hij benaderde haar nadat hij haar een tijd had gevolgd op Instagram. 'Als ik niet bij Kahmann terecht was gekomen, was ik onafhankelijk gebleven', vertelt Punt. 'Door Instagram ben je als fotograaf niet meer afhankelijk van galeries.'

Punt biedt op haar account ook gepersonaliseerde fotosessies aan, maar het sociale medium heeft nog een belangrijker waarde voor haar: 'Ik heb via Instagram soms heel persoonlijke gesprekken met mensen over het leven, hun ervaringen en waarom ze dankbaar zijn voor het werk dat ik creëer.'

Punts fotografie draait om het menselijk lichaam. Ze wil mensen op een andere manier naar het lichaam laten kijken, weg van de stereotiepe opvattingen over schoonheid. 'Mijn modellen leren hun lichaam kennen als een kunstwerk', legt ze uit. Daarmee raakt ze een snaar bij haar volgers. 'Als kunstenaar stuur je een stukje van jezelf de wereld in. Hiermee een verschuiving van perspectief teweegbrengen bij de kijker, is dan het grootste compliment dat je kunt krijgen.' □