

kunst? Wat moet de kunst in zulk een gebouw? De Beursschouwburg had aan vijf personen gevraagd om een voorstel te formuleren rond geïntegreerde kunst. Mijn voorstel was een vraag: jullie hebben een groot gebouw dat op allerlei manieren zeer intensief gebruikt wordt. Juist door dat intense gebruik is het gebouw niet echt geschikt als permanente locatie voor kunstwerken. Mijn vraag had uiteraard consequenties voor de vorm waarvoor ik koos: licht en geluid. Ik wou geen vorm die extra visuele aanwezigheid opeist in het geroezemoes van de Beursschouwburg. Bovendien hebben ook de architecten duidelijke ideeën over de ruimte, door het gebruik van bepaalde materialen en kleuren, en die wou ik niet doorkruisen door bijvoorbeeld een schilderij op te hangen of een sculptuur in de hal te plaatsen. De Beursschouwburg heeft uiteindelijk mijn plan gekozen. Drie kunstenaars zijn voorlopig uitgenodigd om tegen een vergoeding een voorstel te maken: Ann Veronica Janssens, Christoph Fink en Dora Garcia. Een commissie zal dat beoordelen. De voorstellen die aangevaard worden, worden ook uitgevoerd. Daarvoor krijgen de kunstenaars dan een tweede honorarium. Als er dan nog (financiële) ruimte is, wordt eventueel een vierde kunstenaar gevraagd.

### Kunst in de openbare ruimte

Moet kunst in de openbare ruimte? Het heeft altijd met de benaderingswijze te maken, met de strategie die je volgt. In principe is de openbare ruimte niet het terrein van de kunstenaar. Omwille van de schaal is ze het terrein van de urbanist en de architect. Zij zijn ervoor opgeleid. Het is hun werktuig. Wat je dan vaak ziet is dat kunst dient om de openbare ruimte te versieren. Je kan kunst wel een plaats geven in de openbare ruimte, maar dan moet dat vanuit een bepaalde strategie gebeuren. Je kan het niet alleen aan de kunstenaar overlaten. Je moet

beide disciplines –architectuur/stedenbouw en beeldende kunst– aan elkaar trachten te koppelen. Je moet ze niet isoleren, maar een team maken. Ik kan me voorstellen dat je als stad –zelfs vanuit het vertrekpunt van city marketing– een voorbeeld kan stellen op dit terrein. Het lijkt me heel interessant om vanuit een multidisciplinaire commissie sturing te geven aan de problematiek van kunst in de openbare ruimte. Je zou een strategisch plan kunnen ontwerpen voor fonteinen, tramhaltes, metrostations, pleinen, enz. die het beeld en het gebruik van de openbare ruimte mee bepalen. Maar op dit moment heb ik niet de indruk dat er in welke stad dan ook een langetermijnstrategie bestaat op dit terrein. Overall zie je allegaartjes: nu eens dit, dan weer dat.

Een ander aspect is aan wie je dan de opdracht geeft: kan die kunstenaar bijvoorbeeld wel een fontein maken? Welke status wil je het kunstwerk verlenen? Hoe definieer je een kunstwerk? Moet het herkenbaar zijn? Of moet het meer een schakel zijn tussen topografische of sociale configuraties?

Dezelfde vragen kan je stellen bij de actuele trend van parcours-tentoonstellingen. Vooreerst onderschatten de initiatiefnemers stevast zo'n project. Een kunstwerk in de openbare ruimte vereist al minstens een budget van 500.000 tot 1.000.000 frank. Vaak worden dergelijke buitenprojecten opgezet vanwege hun toeristische meerwaarde. Zo dreigt misbruik van 'cultuur'. Daar verzet ik me tegen. Je belandt snel in een vicieuze cirkel, waar kunst entertainment dreigt te worden, een aanleiding voor een lekker uitstapje, een snelle snack. Het kunstwerk als laatste post binnen een masterplan. En altijd met het doel toegankelijk te zijn. Ik bekijk parcours-tentoonstellingen dan ook met een zeer kritische blik, hoewel ik er de afgelopen jaren regelmatig mee geconfronteerd word in mijn eigen praktijk: de tentoonstellingen in het kader van

L'espace infini (Ann Veronica Janssens, 1999) FOTO: MORITZ KÜNG

