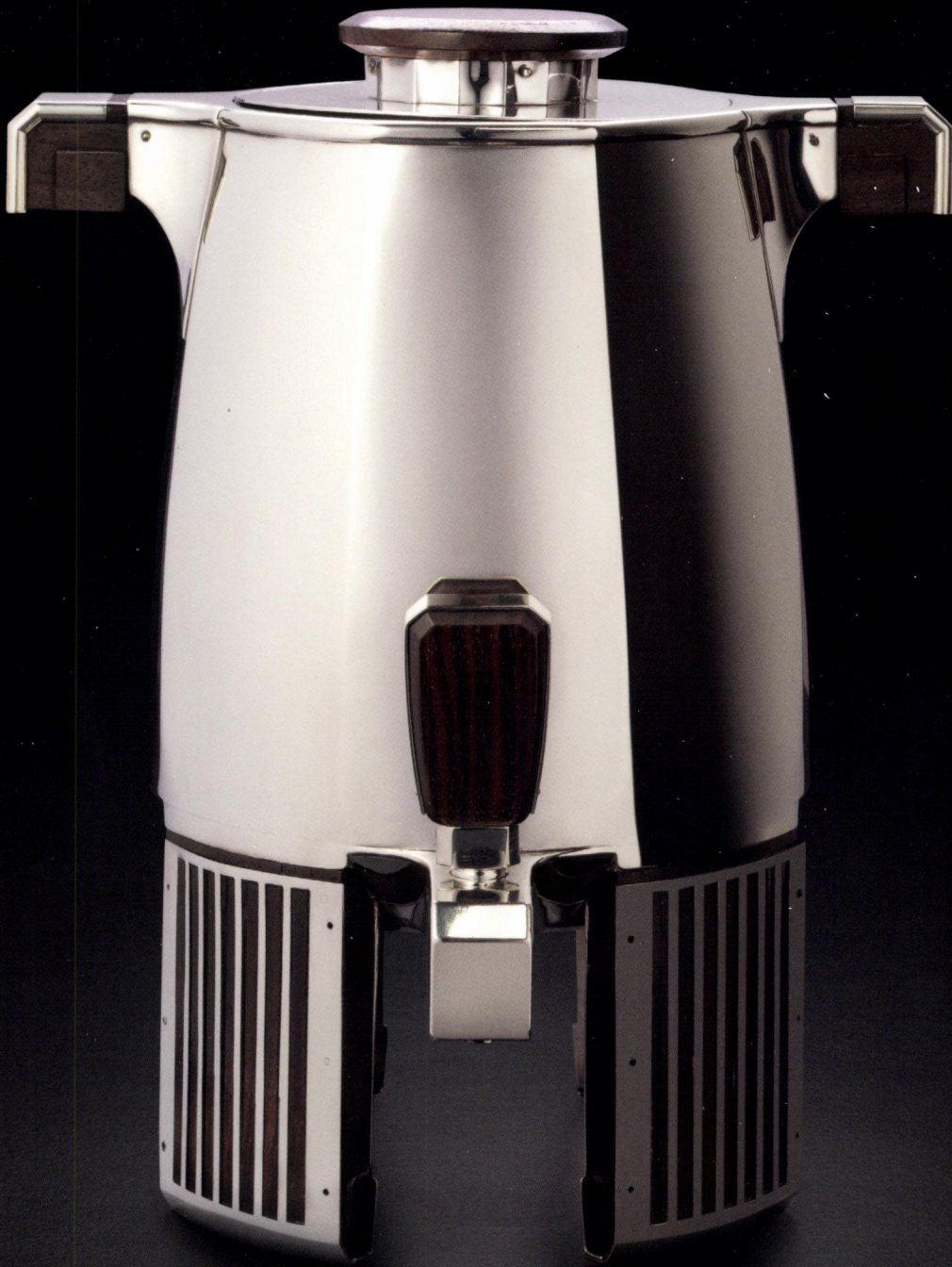


COLLECT

— ARTS ANTIQUES AUCTIONS —



Suzanne Belperron
Gedurfde juwelen

BRAFA 70 jaar
Is er toekomst voor
de kunsthandel?

Afrikaans keramiek
Nichemarkt met potentie

Maandblad verschijnt niet in januari, juli en augustus - € 7,95 - P608061
NR. 539 / WINTER 2024 - 2025



‘BRAFA wil een nieuw publiek aanboren’



Klaas Muller, nieuwe voorzitter van de raad van bestuur van BRAFA.

Het is maar één cijfer verschil, maar de jaarwissel zorgt altijd voor terugblikken en vooruitkijken. Op de drempel van BRAFA's 70-jarige jubileum sprak COLLECT met een nieuwe voorzitter, met debutanten en oudgedienden, met landgenoten en met buitenlanders, over de toekomst en de voortvarendheid van de kunsthandel. Van knallende kurken tot strenge controles, van schattenjagers tot een zwangere ichthyosaurus, van een lakse overheid tot hofleveranciers: alles komt aan bod. Spoiler alert: deze editie onderstreept niet alleen BRAFA's rijke geschiedenis, maar richt zich vooral op een markt die innovatie en veerkracht omarmt. "BRAFA hoeft niet groter, maar wel nog beter te worden." Dat zegt Klaas Muller, de nieuwe voorzitter van de raad van bestuur.

TEKST: BEN HERREMANS

De 70e en feesteditie van BRAFA begon op 24 juni 2024 met een grondige herschikking van de raad van bestuur. Samen met voorzitter Harold t'Kint de Roodenbeke verdwenen Francis Maere, Olivier Theunissen en Christian Vrouyr uit beeld. Klaas Muller schoof van ondervoorzitter Antiek & Oude Meesters op naar voorzitter. Ook aan 'board' bleven Didier Claes (ondervoorzitter Niet-Europese kunst en Jean Lemaire (schatbewaarder). De nieuwkomers heten Christophe Boon (ondervoorzitter Moderne & Hedendaagse kunst), Arnaud Jaspar-Cos-

BRAFA 70 Jaar

termans (ondervoorzitter Antiek & Oude Meesters), Tobias Desmet (secretaris-generaal) en Herwig Simon (beheerder). Klaas Muller zetelt sinds 2015 in BRAFA's raad van bestuur, vanaf 2021 als ondervoorzitter.

Wat was dat! Een paleisrevolutie?

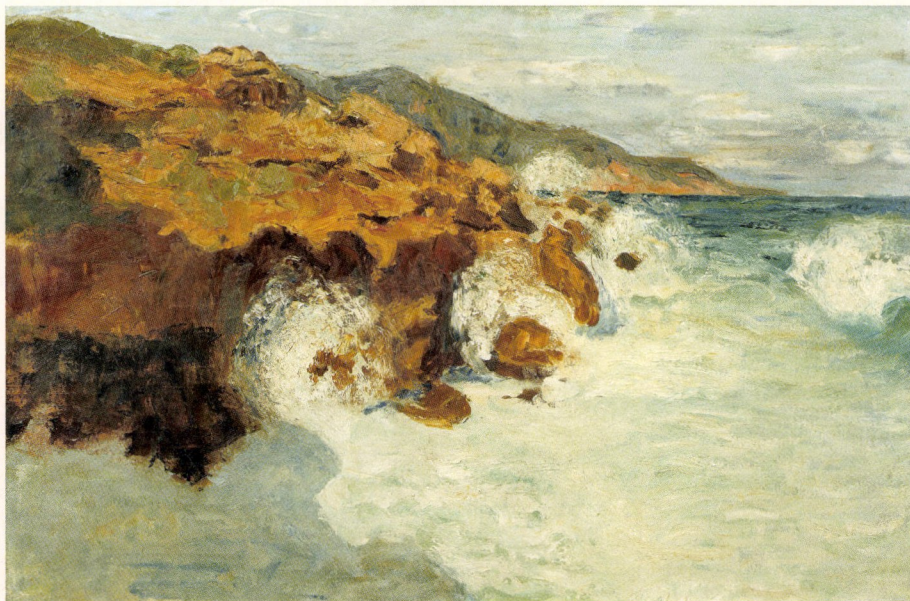
"Hoegenaamd niet. BRAFA wordt georganiseerd door de vzw Antiekbeurs van België. Jaarlijks roept die de statutaire algemene vergadering bijeen, die om de drie jaar een nieuwe raad van bestuur kiest. Geen kwaad woord over het oude bestuur, het heeft goed gewerkt. 2024 was een van de mooiste edities uit de geschiedenis van BRAFA, met een recordopkomst van 67.000 bezoekers. Maar enkele leden stelden zich vanwege hun leeftijd niet meer verkiesbaar. Een goede gelegenheid om een verjonging door te voeren."

En ook een verandering?

"Andere accenten. We willen BRAFA niet uitbreiden, wel verbreden. Moderne en hedendaagse kunst blijft belangrijk, maar we willen andere deelgebieden meer beklemtonen en de beurs weer meer in evenwicht brengen. Diversiteit maakt deel uit van onze identiteit. We willen dat onze bezoekers van veel kunnen proeven. Daarom verdelen we de ruimte ook niet in secties. Alles loopt door elkaar. De verschillende genres versterken en relativeren elkaar. Moderne en hedendaagse kunst was te dominant geworden. Haakte er de jongste jaren een exposant af, dan werd die bijna automatisch vervangen door een specialist in moderne en hedendaagse kunst. Nieuwkomers uit dit domein verwelkomen we vanaf 2026 alleen nog als ze uitzonderlijke kwaliteit voorleggen en liefst uit het buitenland komen. Want we willen nog meer internationaliseren, zowel in deelnemers als bezoekers. We zijn al internationaal, dit jaar met zowat 130 exposanten uit 16 verschillende landen, maar willen dat nog intensifiëren."

De nieuwe samenwerking met het Koninklijk Instituut voor het Kunstpatrimonium (KIK) past in het streven naar verscheidenheid.

"En ook in het streven om BRAFA nog meer professionele allure te geven. Het KIK staat voor research, conservatie, restauratie. In hun stand bieden ze workshops aan. Het technische aspect wordt almaar belangrijker in ons beroep. We organiseren ook lezingen van prominente figuren, die hun expertise en inzichten delen. BRAFA is een feest, maar wel verankerd in professionaliteit."



Henri Evenepoel, Rotsen van Tipaza, 1898, olie op doek. Met toestemming van Klaas Muller.

'De concurrentie wordt groter, iedereen zit overal te zoeken'

Wat typeert BRAFA nog?

"Kwaliteit is onze beste reclame. De vetting duurt bij ons twee dagen. We vliegen een honderdtal experts van over de hele wereld in. Zij onderzoeken elke stand en elk werk op kwaliteit, afkomst, authenticiteit. Klopt het werk en is het goed genoeg voor BRAFA? Wat niet voldoet, wordt geweerd. Tijdens die doorlichting mag de exposant niet in zijn stand komen. Deze controle is een garantie voor de bezoeker en eventuele koper."

En voor de exposant een garantie op een kwaliteitsvolle omgeving.

"We hebben een return van ongeveer 115 deelnemers op 130; deze exposanten keren elk jaar terug. Dat wijst op grote tevredenheid. Natuurlijk haken er altijd wel enkele exposanten af, bijvoorbeeld omdat ze met pensioen gaan of hun handel stopzetten. We hebben het potentieel om ze te vervangen, BRAFA heeft de luxe van veel aanbod. Maar groter hoeft de beurs niet te worden. Dat leidt tot oververzadiging. We hebben er ook de ruimte niet voor."

Zijn er niet te veel beurzen?

"Er is een overaanbod. BRAFA kijkt niet naar wat anderen doen. We volgen onze eigen weg, onze eigen identiteit. We hebben

het voordeel van de kalender: BRAFA is de eerste grote afspraak van het jaar. En we koppelen kwaliteit aan toegankelijkheid. Niet elk stuk op BRAFA is peperduur. Dat is een bewuste strategie, het is intussen een systeem dat zichzelf regelt. BRAFA wil een nieuw publiek aanboren. Met genoeg stellen we vast dat we meer jongeren over de vloer krijgen. Er is tegenwoordig in het algemeen veel aandacht voor kunst."

U klinkt uitgesproken positief.

Hebt u ook klachten?

"Klachten?" (Na enig nadenken:) "We hebben een mooie markt. Een wereldmarkt, tegenwoordig, maar ze gaat ook inhoudelijk ontzettend breed: er zijn zoveel stijlen, genres, segmenten en soorten kunsthandel dat er nog ruimte overblijft."

Er zwemmen niet te veel vissen in de vijver?

"De concurrentie wordt groter, iedereen zit overal te zoeken. Er zijn die fundaties die met ganse teams alles scannen. Daar moet je je expertise tegenover stellen. En je passie: bij mij neemt die de vorm aan van een naïef geloof. Dat je ergens binnenstapt en denkt: hier hangt misschien een schilderij van Van Dyck. Maar als je dat naïeve geloof niet aankleeft, vind je nooit een Van Dyck. We zijn de laatste schattenjagers. Dat stopt nooit, maar ik ervaar het nooit als werken. Je bent voortdurend omringd door schoonheid en het begint bijna altijd met een emotie. Het is pure luxe. Soms moppert mijn vrouw: 'Je bent er niet bij met je hoofd.' Dan zit er een schilderij in mijn gedachten. Dat voelt nooit aan als een last."

CHRISTIAN VROUYR:

'Ineens vloog er een Boeing in de lucht'



Albert Van Huffel, handgeknoopt tapijt, uitgevoerd in de workshops van De Saedeleer. Met toestemming van Vrouyr.

Over de beginjaren van BRAFA laten we tapijtenhandelaar Christian Vrouyr aan het woord. Hij neemt deel sinds 1957 en was van 2015 tot 2024 bestuurslid. "Kwaliteit is belangrijker dan locatie."

In 1956 begon BRAFA bescheiden als *Foire des Antiquaires* ('Antiekbeurs') in de Arlequin-zaal van de Louizagalerij in Brussel. Liep daar toen ook al rond: Christian Vrouyr. "Als mannetje van zes jaar. Wij namen deel vanaf 1957", vertelt hij. "We hadden toen net als Antwerps familiebedrijf een winkel in Brussel geopend in het smalle deel van de Louizalaan, vlak tegenover de Arlequin-zaal. We moesten maar een paar stappen zetten, het was een eenvoudige en leuke manier om in Brussel bekendheid te krijgen. Onze stand deelden we met Campo van Antwerpen. Wij toonden onze tapijten, zij hadden een galerie. In datzelfde gebouw hield toen Charles

Van Hove kantoor. De beurs was zijn initiatief, hij was voorzitter van de Koninklijke Kamer van de Antiquairs van België. Ondervoorzitter was zijn vrouw, mevrouw Wouters, maar iedereen noemde haar Mamy, want ze was als een mama voor iedereen."

Aanvankelijk ging het om een handvol antiekhandelaars die zich groepeerden en wilden tonen wat ze in huis hadden, legt hij uit. "Het ontwikkelde zich snel: in 1968 werd verhuisd naar het Paleis voor Schone Kunsten. Veertig, vijftig exposanten, sporadisch een buitenlander, van een internationale beurs was nog geen sprake. Wel voelden we de mogelijkheid om de buitenlandse toer op te gaan. Daarom maakten we de vetting strenger." Het Paleis voor Schone Kunsten was een gecompliceerde, onpraktische locatie. Toen in 2004 Tour & Taxis opnieuw werd ingericht, trok de beurs daar naartoe. Vrouyr: "Dat zorgde voor een andere dynamiek, al was BRAFA ook al in het Paleis van Schone Kunsten ontplooid. Ik herinner me een speech van voorzitter Chris-

tian De Bruyn in Hotel Métropole. Ineens vloog er een Boeing in de lucht in plaats van een sportvliegtuigje. In 2022 werden we verplicht om weer te verhuizen. Tour & Taxis wou het gebouw verhuren aan stationaire winkels. Ze kregen slechts de helft verhuurd, maar de resterende 10.000 m² volstonden voor ons niet. Op de Heizel beschikken we nu over 22.000 m². Het is een buitengewoon praktische locatie."

HET BELANG VAN BRAFA

Christian Vrouyr vindt kwaliteit echter belangrijker dan locatie. Hij beschouwt BRAFA als behorend tot de beste drie kunstbeurzen ter wereld. "Dat is dankzij de vetting", legt hij uit. "We legden de kwaliteitsbewaking bij externe mensen, bij voorkeur mensen uit musea, want die bezitten veel kennis. Hun gebrek aan marktkennis vullen we aan met commerciële knowhow." De buitenlandse pers schonk er aandacht aan. Vrouyr: "Zelfs Parijs, waar ze graag neerkijken op 'les petits belges', ging overstag. BRAFA is gezellig, horen we van de buitenlandse exposanten. Ze voelen zich



‘Zelfs Parijs, waar ze graag neerkijken op “les petits belges”, ging overstag’

CHRISTIAN VROUYR

hier op vakantie. Brussel heeft lekkere restaurants. Op de beurs zelf legt managing director Beatrice Bourdon hen in de watten. Zij is een sleutelfiguur van BRAFA.” Vrouyr bespeurt een groepsdynamiek bij de exposanten. “Hoe beter de beurs, hoe meer ze het jaar daarop hun best doen. Voor veel exposanten is het commerciële doorslaggevend: ze moeten op BRAFA een deftig cijfer kloppen om een goed jaar te draaien. Dat geldt niet voor mijn artikel. Onze tapijten moeten de aandacht van de passanten vangen. Mensen pikken ons op. We vragen aan klanten hoe ze ons gevonden hebben. Ooit zei iemand: ‘Ik kom al tien jaar naar BRAFA, ik hou u in het oog en ik heb altijd gezegd: “Als we ooit een tapijt nodig hebben, weten we waar we naartoe moeten.”’ Dát is het belang van BRAFA. Het vraagt geduld. Als ik op BRAFA niets verkoop, word ik niet ongerust. Bij mijn burens op BRAFA bespeur ik dan al zenuwachtigheid. Het is geen goedkope beurs, maar nu ook niet de duurste. Vroeger betaalde je als exposant 1 miljoen Belgische frank. Ik begrijp kunsthandelaars die zeggen dat zich niet te kunnen veroorloven. Toch is BRAFA het risico van de investering waard. Het hangt altijd af van de prijs van je stukken, maar het terugverdieneffect is onmiskenbaar. 65.000 bezoekers van een hoog niveau: als visitekaartje kent BRAFA zijn gelijke niet. Op BRAFA staan heeft een psychologische impact. Bezoekers kwalificeren je als hoogstaand. We zijn een soort hofleveranciers. BRAFA is een kwaliteitsmerk.”

BRAFA 70 Jaar

‘De klassieke antiekhandelaar verdwijnt’

Vanuit Parijs komt Christophe Perlès voor het tweede opeenvolgende jaar naar BRAFA. Met mooie keramiek en een minder rooskleurige kijk op de toekomst van de antiekhandelaar.

Voor de editie van 2024 werd de Parijse antiekhandelaar Christophe Perlès uitgenodigd door Jean Lemaire, schatbewaarder van de raad van bestuur. “Meneer Lemaire en ik hebben dezelfde specialiteit: Europese keramiek”, zegt Perlès. “Ik werd gevraagd als keurder voor de afdeling keramiek. Toen ze me vroegen om het jaar erop terug te keren als exposant, heb ik toegezegd. Als ik een kleine bijdrage kan leveren in het verdedigen van antiek en oude kunst, graag.”

Moet de antiekhandelaar verdedigd worden, dan?

“De kunsthandelaars verliezen terrein ten opzichte van de veilingzalen. We hebben nog een rol van expert en adviseur. De veilingzalen hebben een formidabele marketing waartegen we niet opgewassen zijn. Ook al omdat ons beroep zeer individualistisch is, ik spreek hier nog het eerst voor mezelf. Ik ben niet optimistisch over de toekomst. De antiekhandelaars die vandaag overleven zijn ofwel uiterst gespecialiseerd, ofwel beschikken over veel middelen voor prestigieuze stands op grote beurzen. Het beroep van kunst-antiekhandelaar in zijn klanten ontvangt, zal niet stand houden. Er zullen wél altijd antiekhandelaars zijn, omdat er altijd plaats is voor uitzonderlijk competente mensen. Ik zie veel fouten in de beschrijvingen van voorwerpen die op openbare veilingen worden verhandeld. Niet alle veilinghuizen kunnen zich experts in alle domeinen veroorloven. Het beroep van antiekhandelaar verandert. Of dat je bevalt of niet, je moet ermee leven. Het helpt niet om te zeggen: vroeger was het beter. Aanpassingsvermogen is het kernwoord. Ik ben nog altijd tevreden over mijn beroep, ook al verschilt het van vroeger. Het is veel ingewikkelder geworden maar nog altijd begeistertend.”

Waarom ingewikkelder? Te veel concurrentie?

“Er is niet meer of minder concurrentie dan vroeger, maar de concurrentie is veranderd. Vroeger waren we concurrenten onder collega’s. We hadden elk ons professioneel actieterrain, iedereen wist waar hij zich kon bevoorraden, waar hij kon verkopen, ongeveer in heel Europa. Tegenwoordig zijn mijn concurrenten niet alleen mijn collega’s maar ook vaak mijn klanten. Nu zijn mijn concurrenten verzamelaars die dankzij het internet op de hoogte zijn van alles wat er beweegt.”

Is het de schuld van het internet?

“Positief aan het internet is dat ik kan verkopen aan mensen aan de andere kant van de wereld. Ik heb klanten die ik niet ken. Aan de andere kant van de wereld kan ik ook objecten kopen: vaak voorwerpen die ik zonder het internet nooit zou gekend hebben. Het negatieve is: als ik dat kan doen, kan iedereen het doen. Ik zet elke ochtend mijn computer aan en er gaat geen dag voorbij of ik ontdek iets. Maar dat ontdekken mijn concurrenten ook.”

En op het eind kiest de klant waar hij koopt.

“Dat is inderdaad zijn keuze. Wil hij authentieke voorwerpen, dan koopt hij bij een handelaar of op een veiling met een goede reputatie. Wil hij zich wagen aan een avontuur op een obscure plek? Waarom niet? Als het dan verkeerd afloopt, is dat zijn probleem. Het is een jungle. Maar je bent niet verplicht om erin te gaan.”

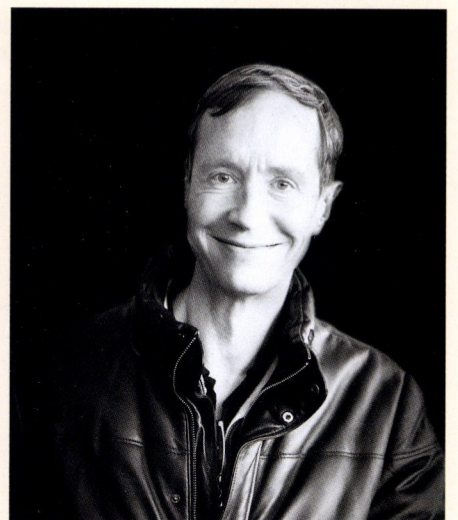


Foto: R.V.

FRANCIS JANSSENS VAN DER MAELEN:

‘Het zijn moeilijke tijden’



Jean E. Puiforcat, art-decowaterfontein, onderdeel van een theeservies met theepot, suikerpot en melkan, Parijs, ca. 1925, zilver en hout, 29 x 22 x 20 cm. Met toestemming van Francis Janssens van der Maelen. Foto: Luk Vander Plaetse.

Antiekhandelaar Francis Janssens Van der Maelen draait al 44 jaar mee op de kunstmarkt en neemt sinds 1990 deel aan BRAFA. Hij zag BRAFA beter worden en de kunstmarkt moeilijker.

Passie is het meest onvermijdelijke woord in gesprekken met kunsthandelaars. “Zonder passie geraak je niet ver”, poneert ook Francis Janssens Van der Maelen. “Je moet de materie kennen, je persoonlijke smaak ontwikkelen en die richting blijven aanhouden. Niet veranderen, zelfs niet in moeilijke tijden, als bijvoorbeeld een beurs mislukt. In 1997 kwamen mijn stukken niet toe in Hongkong. Er bestaat een foto van mij, drie kilo vermagerd, in mijn lege stand. Drie uur voor de sluiting was mijn gerief daar. Die laad ik niet meer uit, dacht ik eerst, collega Patrick Berko bracht me op andere gedachten. Terwijl ik uitpak, stapt er een dame in mijn stand, ze koopt twaalf stukken. Een van de beste beurzen van mijn leven. Geluk? Dat dwing je af.”

BRAFA VERSUS TEFAF

Op TEFAF Maastricht staat Janssens Van der Maelen niet meer. “Na covid vroegen ze om me strikt te houden aan mijn specialisatie: kunstvoorwerpen en zilverwerk, voornamelijk art deco en art nouveau. Dat was niet interessant, ik stak daar altijd variatie in mijn stand en dat loonde. In de topjaren draaide ik in Maastricht tachtig procent van mijn jaarcijfer. Dat TEFAF wegviel, was een catastrofe. Maar kijk, het jaar daarop beleefde ik een van mijn beste BRAFA's. Er komt een ander publiek naar

BRAFA 70 Jaar



‘De strenge controles van BRAFA zijn voor elke verzamelaar een geruststelling: zijn aankoop is veilig’

FRANCIS JANSSENS
VAN DER MAELEN



Jean E. Puiforcat, paar art-decokandelaren met drie armen, Parijs, ca. 1930, zilver, H: 26.5 cm. Met toestemming van Francis Janssens van der Maelen. Foto : Luk Vander Plaetse.

BRAFA, meer liefhebbers, TEFAF is erg museaal. In Maastricht woedt een enorme concurrentie tussen de exposanten. Je weet nooit of je volgend jaar mag terugkeren. Dertig jaar geleden was BRAFA een kleine antiekbeurs, slordig georganiseerd, met een voorzitter die zeer beslagen was in zijn domein, maar minder op organisatorisch vlak. Om vijf uur plopten de kurken van de flessen. Gezellig is BRAFA nog altijd. We amuseren ons daar.”

Maar vergis u niet. “De meeste exposanten staan op BRAFA om te verkopen en op z’n minst uit de kosten te komen. Die lopen op. Een stand op BRAFA kost 1250 euro per vierkante meter. Je zit gauw aan 40.000-45.000 euro voor 35 vierkante meter, en dan is hij nog niet ingericht. Je break-even heb je best al binnen tegen de eerste zondag. BRAFA opent donderdag en de eerste zaterdag weet je al of het een goede beurs wordt. Er wordt vooral in het begin verkocht. Daar speelt dan de concurrentie onder de verzamelaars. Al heb je ook relaxte verzamelaars die het laatste weekend opdagen.” Is BRAFA een must? “Veel verzamelaars wachten BRAFA af en zetten er een som voor opzij. De kwaliteit van het aanbod is duizelingwekkend hoog. Gegarandeerd authentiek bovendien. De strenge controles van BRAFA zijn voor elke verzamelaar een geruststelling: zijn aankoop is veilig.” Evenmin als op TEFAF

verloor Janssens Van der Maelen ooit geld aan BRAFA. Maar in Miami verkocht hij eens helemaal niets. “In de VS moet je er veel kapitaal tegenaan smijten, jezelf enkele jaren geven om voet aan de grond te krijgen en vooral in een goed blaadje staan bij de interieurontwerpers”, zegt hij. “Zij beslissen voor hun klanten. Na de Brexit wordt Londen vermeden, en in Parijs is de sfeer nu niet optimaal. Bazel is oké, alleen kopen Zwitsers niet graag in Zwitserland. Ze doen dat liever in het buitenland. Dat is hun calvinistische aard: ze tonen niet graag dat ze geld hebben.”

TE VEEL VEILINGEN

Het zijn moeilijke tijden op de kunstmarkt, vindt hij. “Er is een wildgroei van veilingen. Tijdens corona stortten de mensen zich op het internet en kochten daar om zich te amuseren. Nu vertraagt het, er is meer vraag dan aanbod. Sommige veilingen worden geannuleerd, het zakencijfer van Christie’s zakte, ook in Frankrijk begint het te krimpen. De veilinghuizen kopen elkaar op of verenigen zich. Er voltrekt zich een sanering.” Een onverdeelde fan van globalisering en digitalisering toont Janssens Van der Maelen zich niet. Hij erkent de voordelen, maar ondervindt ook de nadelen. “Iedereen is nu vlug op de hoogte, alles gaat bliksemsnel. Die transparantie is goed en dankzij informatica geraken

‘BRAFA opent op donderdag. De eerste zaterdag weet je al of het een goede beurs wordt’

mensen vlugger bij mij: ‘Ik heb gezien dat u zilver verkoopt.’ Maar het jaagt de prijzen omhoog. Neem een interessant stuk in Canada, waarvan men de waarde op 3.000 à 4.000 euro schat. Iedereen pikt dat op en biedt, tot het de deur uitgaat voor 40.000 euro. De aankooprijzen worden gepubliceerd, iedereen kent ze”, zegt hij. “Het bedrag dat jij vraagt wordt daarop afgerekend. Tegelijk stijgen de kosten: de stand en zijn inrichting, transport, verzekering.” De politiek helpt niet echt. “Gelukkig is de nieuwe btw-regel voor kunsthandel, met de invoering van een standaardtarief van 21 procent, vijf jaar uitgesteld. De overheid zit zonder geld en rekent op een bijdrage van de kunst, maar ziet over het hoofd dat iedereen de grens oversteekt als de btw elders lager ligt. In Frankrijk is het 5,50 procent. In Engeland trokken ze de taks op en de antiekverkoop kelderde prompt: minstens 30 procent in 2023.”



‘We tonen werken die hier zelden te zien zijn’

in België, er zijn almaar minder galeries met die specialisatie. In een moeilijke markt met weinig aanbod kan Colnaghi zijn internationale troeven uitspelen. We tonen werken die hier zelden te zien zijn. In de andere richting hopen we mensen te treffen die oude kunst bezitten en willen verkopen.”

EDUCATIEVE MISSIE

Voor utopist wil Henricot niet versleten worden. “De kunstmarkt heeft het moeilijk. De geopolitieke toestand maakt iedereen voorzichtig, we zien terughoudendheid bij de verzamelaars. Maar de wereld gaat niet voor de eerste keer door een crisis en dat is niet alleen een bron van problemen, maar ook van creativiteit en opportuniteiten. We moeten onze weg zoeken in de context van wisselende trends. Daarom richten we onze blik ook op jongeren, de nieuwe generaties die geld zullen verdienen en misschien een kunstcollectie aanleggen. Het is belangrijk dat zij oude kunst op haar correcte waarde kunnen inschatten. Om de terugval in interesse te doorbreken, moeten we instrumenten aanreiken die leiden tot een beter begrip. Daar ligt een educatieve missie voor musea en galeries: mensen confronteren met oude kunst, zorgen dat ze in de materie geraken. Met werken een wow-moment bereiken van waaruit je ze kan leren om oude kunst beter te bekijken en bevragen.” Henricot maakt zich sterk. “Er zal altijd belangstelling zijn voor kwaliteitsvolle kunst. Het heikel punt is het aanbod. Voor oude kunst wordt dat krappere: dertig procent van onze verkopen gaat naar musea, die werken belanden niet meer in privébezit. Intussen verzwelgt de hedendaagse kunst in een overaanbod. Kijk naar de galeries in Brussel: tachtig procent presenteert hedendaagse kunst. Daarbij zitten beslist getalenteerde kunstenaars die hun plek in de kunstgeschiedenis zullen krijgen. Veel anderen niet en dat is normaal, het proces van natuurlijke selectie moet zijn werk nog doen. Dat was in de 17e eeuw niet anders. Van de honderdduizenden kunstenaars bleef een klein percentage bewaard. Dat zijn de schilders die vandaag in de grote musea hangen. Alle anderen zijn in de vergetelheid geraakt.”

COLNAGHI:

‘Oude kunst wordt een niche’

Drie jaar geleden kwam Colnaghi naar België, nu debuteert de van oorsprong Engelse galerie op BRAFA. “Een crisis is ook een bron van creativiteit en opportuniteiten”, zegt directeur Philippe Henricot.

Colnaghi is een van de oudste kunstgaleries ter wereld, opgericht in 1760. De galerie houdt zijn hoofdkwartier in Londen en straalt internationale allure uit met filialen in New York, Madrid en Brussel. “De Belgische kunstmarkt heeft een sterke reputatie, met goede verzamelaars, ook van oude kunst, onze specialisatie”, zegt Philippe

Henricot, Belgisch directeur bij Colnaghi. “We zien Brussel ook als een logistieke hub. Kunstwerken kunnen beter van hier naar Europese bestemmingen vertrekken dan vanuit Londen. De Brexit maakte dat duur en ingewikkeld en het neemt meer tijd in beslag. Even buiten Brussel hebben we nu een stockeerruimte.”

Als derde reden om zich in België te vestigen, noemt hij de vaststelling dat de markt van de oude kunst een niche wordt. “Oude kunst is minder in de mode, werken zijn moeilijk verkrijgbaar en ze zijn duur. We denken dat we in België nog verzamelaars van oude kunst kunnen opsporen, verzamelaars die we vanuit Londen niet zouden bereiken. Op BRAFA hopen we die te ontmoeten. Het aanbod van oude kunst daalt

BRAFA 70 Jaar

‘Als ik het niet kan verkopen, had ik het niet moeten inkopen’

Wiljan Versteeg van Kunstconsult 20th century art | objects heeft zo zijn redenen om voor het eerst aan BRAFA deel te nemen. ‘Veilingen? Liever niet. Iedereen ziet wat je koopt en voor hoeveel.’

Wiljan Versteeg, gespecialiseerd in 20e-eeuwse kunst, komt voor het eerst naar BRAFA met zijn galerie Kunstconsult 20th century art | objects. “In het verleden probeerden we met enkele Nederlandse handelaren een paviljoen te krijgen, door omstandigheden lukte dat niet. Maar toen werd wel het zaadje gelegd. Ik hield de beurs in de gaten, ging er elk jaar naartoe, bekeek de ontwikkelingen, welke mensen er rondlopen, welke standhouders er elk jaar staan, hoe succesvol ze zijn. Tot ik dacht: dat zou wel eens goed kunnen uitpakken voor mij. BRAFA is een toonaangevende beurs in de wereld. Met een focus op toegepaste kunst, mijn specialiteit.” Naar veilingen trekt Versteeg liever niet. “Niets tegen transparantie, maar iedereen ziet wat je koopt en voor hoeveel. Zo verlies je de kans om er een goede prijs op te plakken. Ik zit dertig jaar in het vak, mensen bellen me met de vraag: als ik doodga, wil jij dan de curator van mijn inboedel worden? Laatst kocht ik een grote collectie bij een beroemde verzamelaar. Die had een map met uitnodigingen van galleries. Ik lag bovenaan, zijn kinderen wisten: bij die man moeten we zijn om vaders collectie te verkopen. Zo’n flow is voor iedereen voordelig. De stukken worden vanuit het niets weer in omloop gebracht. Bovendien werden ze vaak rechtstreeks bij de kunstenaar aangekocht. De fictieve veilingopbrengsten neem ik mee in mijn richtprijs. Omdat ik er meer aan verdien, kan ik die mensen ook meer betalen. Daarnaast ontmoet hij zijn klanten graag. Versteeg: “Dat is bestendig voor mijn

toekomst. Snijd je je af van je klanten, dan snijd je je af van de markt- en de smaakontwikkeling. Iedereen maakt wel eens een verkeerde inschatting, maar als ik het niet kan verkopen, had ik beter niet ingekocht.”

BELGIË BOVEN

Nog een reden waarom Wiljan Versteeg op BRAFA debuteert? “Ik denk dat Belgische interieurs rijkelijker gedecoreerd zijn dan Nederlandse, want die zijn strak en kaal. Geen opsmuk. Een object moet tot zijn recht komen in een sober interieur. De pronkplank zie ik wel bij de mensen bij wie ik koop, niet bij diegenen aan wie ik verkoop. De verkopers weten ook alles van hun voorwerpen. Ze hebben die vaak gericht verzameld. Kopers weten er gemiddeld weinig van af. Het interesseert hen nauwelijks. Een voorwerp spreekt hen aan, ze hebben er een plek voor, ze kopen het. Weet u wat een probleem is? Dat die millennials en Generatie Z geen huis hebben. Hooguit een kamertje van pakweg 5 op 4. Of ze blijven bij hun ouders wonen. Die beginnen niet met een collectie. Ze hebben de ruimte niet.”



‘Ik denk dat Belgische interieurs rijkelijker gedecoreerd zijn dan Nederlandse’

WILJAN VERSTEEG

Versteeg zegt jaloers te zijn op de plaats die kunst krijgt in het Belgische onderwijs. “Ga je in België naar een museum, je ziet er altijd klassen lopen. Dat is in Nederland wegbezuinigd. Terwijl kennis vaak interesse wekt.”



Bodil Manz, stel flinterdunne, porseleinen cilindervormen in twee maten, 1943, Denemarken.

STONE GALLERY:

'En toen bedacht BRAFA zich'



Twee keer zag de Nederlandse Stone Gallery haar kandidatuur voor deelname aan BRAFA afgewezen. Het was geen kunst. Maar alleen idioten vergissen zich nooit: vader en zoon Masin tonen straks stukken oeraarde in Brussel. 'Tien jaar geleden deden we alleen vakbeurzen.'

Mineralen, meteorieten, versteend hout en fossielen van miljoenen jaren oud: Roy Masin en zijn zoon Max (derde generatie) van de Nederlandse Stone Gallery ontvoeren de bezoeker naar lang vervlogen tijden. Straks nemen ze voor het eerst deel aan BRAFA. Roy: "Ik ben er nooit geweest als bezoeker. We staan dit jaar wel voor de vierde keer op PAN in Amsterdam, dat was onze eerste kunstbeurs. Voordien, tien jaar geleden, deden we alleen vakbeurzen, maar wel over de hele wereld: twintig keer in Amerika geëxposeerd, acht keer in Japan, in alle landen van Europa, noem maar op. Onlogisch is dat niet. We halen onze producten van overal: Brazilië voorop, maar voorts Afrika, Australië, India ... Ook zijn we vaak in Rusland geweest." Op PAN kwamen de Masins in aanraking met de kunstwereld en dat smaakte naar meer. Maar bij TEFAF werd Stone Gallery drie, en bij BRAFA twee keer geweigerd. "Dat gebeurde telkens met het argument dat die organisaties kunst omschrijven als iets wat door mensen gemaakt is en daar voldoen wij niet aan. Onze stukken worden door de aarde en de tijd gemaakt. Al passen ze in een artistieke context, zeggen velen. Onder anderen een expert van Christie's in Londen. Die zei: 'Als ik jullie een beurs zou moeten aanbevelen, dan veeleer BRAFA dan TEFAF. Veel toegan-

BRAFA 70 Jaar

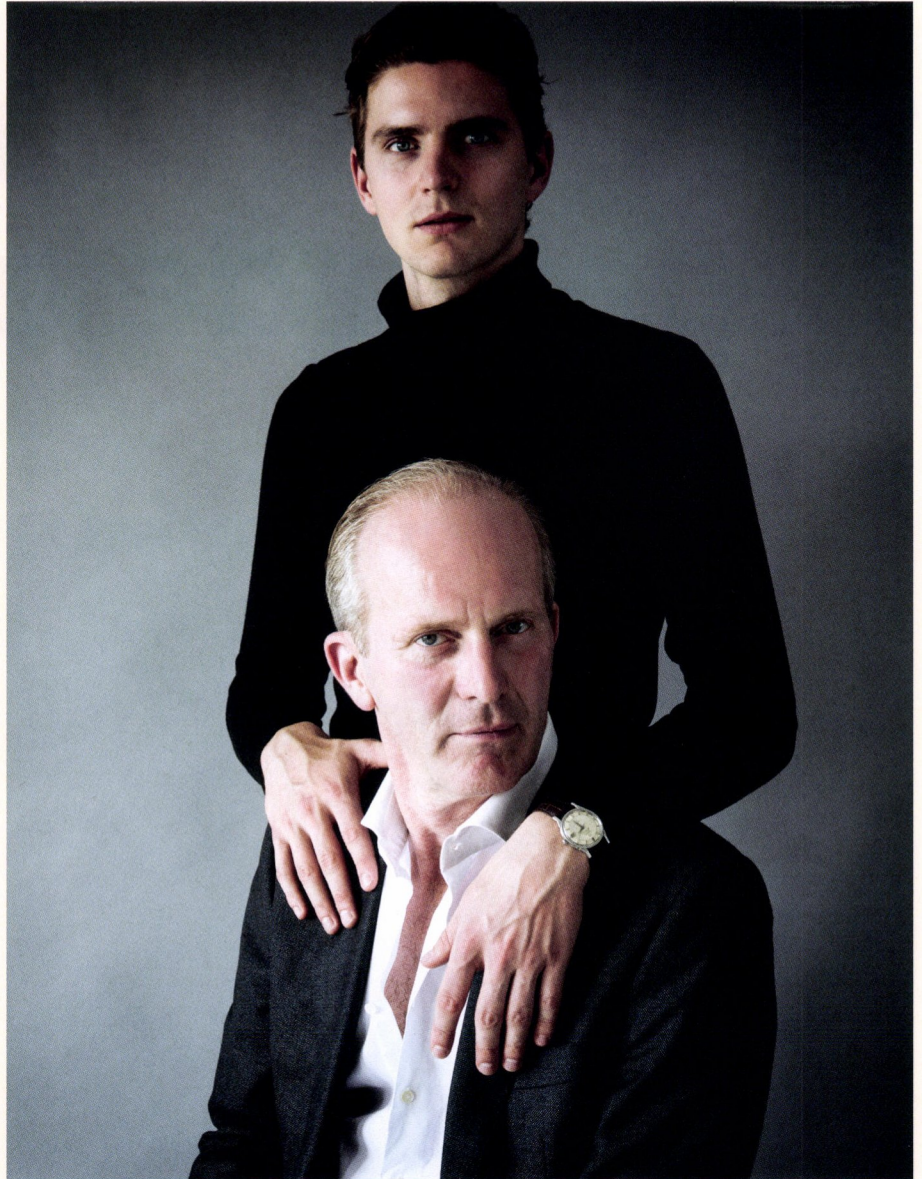
kelijker, maar ook excentriker. Op BRAFA zie je fantastische stands van mensen die vreemde dingen durven te tonen.' Dat eclectische sprak ons aan." De Masins stelden zich voor BRAFA 2025 opnieuw kandidaat en werden weer afgewezen. "Die expert van Christie's – overigens keurmeester bij BRAFA – snapte het niet: 'Jullie passen daar perfect met een categorie die ze missen.'" En toen bedacht BRAFA zich. "Ze belden ons zélf op. Er is daar een nieuw bestuur gekomen, verschillende van de nieuwe mensen kenden ons. Ze hadden ons op de PAN gezien of in Londen, waar we ook aan een kunstbeurs deelnamen en waarmee we *The New York Times* haalden. Dat artikel maakte veel los, misschien bracht dát BRAFA wel tot andere gedachten."

LOGISTIEK

Speciaal voor de Nederlandse deelnemers organiseerde het nieuwe bestuur van BRAFA een bijeenkomst bij Douwes Fine Art in Amsterdam. Tot goedkeuring van Roy en Max Masin. "Alles was tot in de puntjes verzorgd en we werden vriendelijk en persoonlijk benaderd. Als je veel beurzen doet, ben je daar gevoelig voor. Het is allemaal erg goed geregeld. Dat is niet overal zo." Het heeft zijn prijs. "Vakbeurzen zijn ongeveer vijf keer goedkoper. Voor 5.000 à 10.000 euro sta je daar. Het is er meer 'cash and carry'. De stands zijn kleiner, zo'n beurs baadt niet in luxe, het zit niet in een lifestyleomgeving. Naar een kunstbeurs komt een chiquer publiek. Er hangt veel pr rond, als deelnemer betaal je dat mee." Voor Stone Gallery weegt de logistiek financieel zwaar door. "Zo hadden we voor de beurs in Paul Beach in Florida vorig jaar 4.000 kg luchtvracht. Die beurs doen we in februari opnieuw. Om de kosten in de hand te houden, sturen we de stukken nu per zeevracht. Als op 1 december de PAN afgelopen is, zetten we meteen spullen op de boot. Tijdens BRAFA zijn die al onderweg."

PRONKSTUK

Er moet dus geselecteerd worden. "Ons 'A game' gaat naar BRAFA. Elke beurs vraagt andere stukken. Eerst proberen we een beeld van de bezoekers van een beurs te krijgen. BRAFA is uiterst internationaal. Voorts is er een interessante combinatie van een kunstminnend publiek en high-end interieurontwerpers zoals Axel Vervoordt. We opteren voor een mix van toegankelijk en duur, met ook enkele speciale, visueel aantrekkelijke stukken, plus ons pronkstuk van



Vader Roy en zoon Max Masin, eigenaars van Stone Gallery. Foto: R.V.

'Ons pronkstuk kost 1 miljoen euro: het fossiel van een zwangere, 180 miljoen jaar oude ichthyosaurus'

1 miljoen euro: het fossiel van de zwangere, 180 miljoen jaar oude ichthyosaurus. Maar bijvoorbeeld amethisten, een violette kwarts, nemen we bewust niet mee, al hebben we de beste collectie amethisten van Europa, vinden we. Het is de steen die we het meest verkopen. Maar op een beurs is de reactie van mensen: dat kennen we – en ze lopen door. We willen mensen aantrekken met speciale dingen. Mensen die ons op een beurs leerden kennen en de galerie bezoeken, gaan wel vaak met een amethist naar huis." Stone Gal-

lery mikt in Brussel op verkoop. "Een beurs moet ter plekke iets opleveren, of minstens break-even zijn. Soms valt én de verkoop én het gevoel tegen. Daarentegen, als de verkoop tegenvalt maar het gevoel zit goed – je hebt goede gesprekken gevoerd en media-aandacht gekregen – dan kan zo'n beurs nog geslaagd zijn. Het is altijd een kennismaking. Het verrassingseffect speelt: 'Wow, zo mooi, ik wist niet dat dit bestond.' Zo ontmoet je telkens nieuwe mensen. We zien dan wel wat eruit komt."

EDOUARD SIMOENS:

'De grote musea bepalen de trends'



Werk van Michiel Peters.

"De kunstmarkt is niet anders dan alle andere markten: er wordt gemanipuleerd." Dat beweert Edouard Simoens die met zijn galerie voor het eerst BRAFA aandoet.

Met zijn galerie opereert Edouard Simoens op de secundaire markt. "Dat betekent dat onze werken niet rechtstreeks van de kunstenaar komen. Ze werden al een keer verhandeld door een andere galerie of op een veiling, kwamen bij een privéverzamelaar terecht voor wie wij ze proberen door te verkopen. We nemen veel stukken in consignatie van privébezitters."

Hoe vinden die privéverzamelaars u?
 "Ze lopen langs in onze galerie en zeggen: 'We hebben een werk dat we eventueel willen verkopen.'"

Waarom zouden ze dat aan u, jonge galerist, vragen en niet aan een galerie met een lange staat van dienst?
 "Als jonge speler probeer je naam te maken met scherpe prijzen. Zo maak je contact met mensen en daar komt misschien een klantrelatie van die organisch kan groeien."

Wat bedoelt u met scherpe prijzen?
 "Mensen staren zich vaak blind op een recordbedrag op een veiling: ze lazen dat in de krant of zagen het in het journaal. Dat schept onrealistische verwachtingen. We kalibreren dat bedrag: hoeveel hield de verkoper er netto aan over? We moeten op een haalbare prijs uitkomen en niet blijven steken op een overprijs, waardoor er nul procent kans is dat het verkocht raakt. Het moet ook rendabel voor ons zijn. We

BRAFA 70 Jaar



‘Mensen staren zich vaak blind op een recordbedrag op een veiling. Dat bedrag moeten we kalibreren’

EDOUARD SIMOENS

steken er onze knowhow, tijd en energie in. Het is wel de bedoeling van onze business dat het iets opbrengt.”

Stijgen de prijzen?

“Ze fluctueren. Als een belangrijk museum, zoals MoMA, Centre Pompidou of Guggenheim, een tentoonstelling van een relatief onbekende kunstenaar organiseert, schieten de prijzen van dat werk wel de hoogte in. Het is hem gegund. Er lopen veel vergeten goede kunstenaars rond, omdat ze nooit door de juiste personen werden ondersteund. Gelukkig gebeurt het geregeld dat zo’n kunstenaar een tweede leven wordt geboden.”

Heeft corona de prijzen beïnvloed?

“Absoluut. Er werd toen veel online gekocht. Mensen verveelden zich en wisten zich geen raad met hun geld. Omdat ze de hele tijd thuis zaten, zagen ze hoe sober en saai hun interieur was. Ineens wilden ze een heel andere look aan hun kamers geven. Kleurrijke werken kenden een boost, dat zag je aan de prijzen. Ook figuratieve kunst scoorde goed. En dan was er de Black Lives Matter-beweging. Dat leidde tot forse prijsstijgingen voor het werk van Afro-Amerikaanse kunstenaars. Feministische of gewoon vrouwelijke kunstenaars deden dan weer hun voordeel met het MeToo-verhaal.”

Zijn dat de tendensen?

“Ik noem dat meer thema’s. Waar het op aankomt, is de draai die de kunstenaar er-

aan geeft. Zelf beoordeel ik een kunstenaar vanuit de vragen: wat heeft hij uitgevonden en wat maakt zijn stijl uniek? Als je met één oog en vanop tien meter van zijn werk de kunstenaar herkent, dán heeft hij een onderscheidend kenmerk. Daarna kan je opzoeken in welke musea hij al tentoonstellingen kreeg. Er moet een zekere pedigree zijn, een historiek.”

Wat de prijs voor zijn werk opdrijft.

“Terecht in dit geval. Maar van veel kunstenaars met werken die in de miljoenen lopen, denk ik: dat is gemanipuleerd en totaal onevenredig.”

Hoezo gemanipuleerd?

“Je moet in een veiling maar twee zotten hebben die hetzelfde werk willen en elkaar aftroeven. Het gevolg is een waanzinnige prijs. Of neem mensen als François Pinault en Bernard Arnault. Dat zijn de pioniers die de kunstmarkt kunnen maken en kraken. Vaak bepalen zij de carrière en toekomst van een kunstenaar.”

Zelf ondersteunt u geen kunstenaars.

“Ik ben inderdaad niet de galeriehouder die het nieuwe talent ontdekt. Ik werk liever met gevestigde waarden. De prijzen liggen hoger, maar ze vallen te staven. Wie het werk van een gevestigd kunstenaar koopt, weet dat daar een vaste waarde aan verbonden is. Die zal nooit op één dag tijd dramatisch wijzigen. Sommige mensen willen nieuwe namen ontdekken en daarop spe-

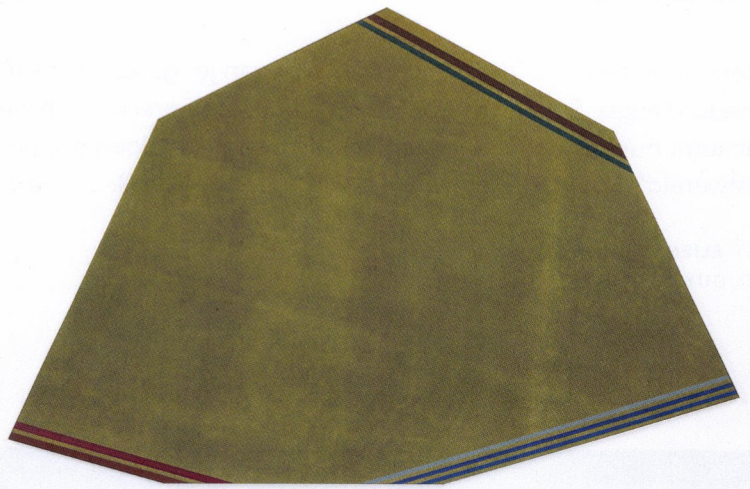
culeren. Er wordt ook gemanipuleerd, zoals op iedere markt. Waarom wordt een werk op een veiling tegen een abnormaal hoge prijs verkocht? Dat kan zijn afgesproken onder verschillende handelaars die de prijzen opdrijven zodat ze later bij een herverkoop een nog hogere prijs kunnen staven. Zulke zaken gebeuren overal – waarom zou de kunstmarkt anders zijn?”

Geen tendensen maar thema’s, zei u.**Wat zijn dan de trends?**

“Dat hangt af van de tentoonstellingen in de grote musea. De conservators en artistieke directeurs daar bepalen de trends. Zij zetten de lijnen uit. Wat zij brengen, heeft een impact op de hele kunstmarkt. En ja, daar zal ook wel eens een stukje manipulatie bij komen kijken. Van sommige dingen vraag je je toch af: waar komt dat vandaan? Het figuratieve is nu helemaal in. Wel, dan moet ik onwillekeurig denken aan de grote Rothko-tentoonstelling bij Louis Vuitton. Het was toch merkwaardig hoe zijn figuratieve werk in die expo werd benadrukt.”

**BRAFA**

26-01 t/m 02-02
Brussels Expo
www.brafa.art



Kenneth Noland, *Greyed Brown*, 1977, acryl op doek, 156 x 237,5 cm.