

Terugblik op de toekomst

Verslag van een penningssymposium

Zaterdag 13 november 2010 organiseerde een aantal beeldende kunstenaars en liefhebbers van penningen een symposium over de toekomst van de Nederlandse penningkunst. Aanleiding voor de bijeenkomst was dat de laatste jaren de meningen daarover nogal verdeeld waren geraakt, terwijl een constructieve discussie achterwege bleef. De bijeenkomst zou inzicht moeten geven in de huidige stand van zaken met de intentie ideeën te verzamelen, die bij kunnen dragen aan een positieve en florissante toekomst voor de penningkunst. Onder leiding van dagvoorzitter Bert van Beek gaven Pier van Leest, Henk van der Vorst, Niko de Wit, Carolien Voigtmann en Mirjam Mieras, op persoonlijke titel hun visie op de toekomst van de penningkunst.

In zijn inleiding nam penningmaker Pier van Leest de toehoorders mee naar de rand, de zijkant. Hij liet enkele voorbeelden zien van penningen waarbij de zijkant is gebruikt, zoals *Casanova* van Roberto Ruggio en *Geheim geheim* van Mirjam Mieras, van penningen waarbij de zijkant deel uit maakt van voor- en keerzijde, zoals *Getrapt blok* van Niko de Wit en *De alchemie van een penning* van Pauline Hoeboer. Tot slot toonde hij penningen waarbij de rand wordt gebruikt als beeldelement van de penning, zoals *The Gateless Gate* van Riki Mijling en *Maandag wasdag* van hemzelf. Van Leest ijvert ervoor de rand als derde zijde tot wezenlijk onderdeel van de penning te verheffen. Door hier gebruik van te maken, ontstaan nieuwe mogelijkheden, die vervolgens weer tot nieuwe inzichten kunnen leiden.

Als tweede spreker sprak Henk van der Vorst over zijn rol als verzamelaar. Hij

vertelde hoe hij thuis periodiek een presentatie inricht van penningen op standaardjes. Op een afstand lijkt dat op een minierkhof, maar gelukkig zijn daar de laatste jaren steeds meer objecten bijgekomen die daar variatie in aanbrengen. Penningen vormen een zelfstandig onderdeel in Henks kunstverzameling en met de komst van steeds meer kleine plastiekjes met de naam penning constateert hij een wisseling in zijn verzamelbeleid. Langzaam maar zeker is er een collectie ontstaan van kleine kunstobjecten en dat was de bedoeling niet. Hij meent dat er weer een begrenzing nodig is tussen penningen en de rest; dat de penning een identificeerbaar object is. Henk heeft de afgelopen jaren voorwerpen aangeschaft, waarvan hij zich afvraagt of die wel thuishoren in zijn penningcollectie. Hij wil immers een penningverzameling en niet een verzameling kleine objecten. Daarnaast stelt hij dat de huidige prijs van penningen het verzamelen ervan minder interessant maakt.

Beeldhouwer en penningmaker Niko de Wit hield een pleidooi voor de schoonheid in de penningkunst. Hij benaderde het onderwerp 'penningopdracht' vanuit het standpunt van de opdrachtgever. Bij het verlenen van een penningopdracht zou hij naast de inhoudelijke betekenis of verwijzing ook formele grenzen willen geven waaraan de vormgeving moet voldoen, zodat het ontwerp als penning herkenbaar is. Hij vindt het onder andere van belang, dat de vorm van de penning min of meer *concentrisch* is of tenminste binnen een denkbeeldige cirkel past. Een vierkant of vrije vorm zou daarmee ook mogelijk zijn, maar een rechthoekige penning

JANJAAP LUIJT

zou voor hem minder in aanmerking komen. Niko benadrukte dat goede kunst altijd blijft boeien en daarmee ook goede penningkunst. Aan de hand van verschillende penningen lichtte hij in het kort toe waaruit de essentie van zijn bewondering voor de penning voortvloeit. Hij toonde munten uit de klassieke oudheid en de middeleeuwen, maar ook penningen uit de renaissance en uit de afgelopen decennia.

In haar inleiding met de titel *Trekken aan een dood paard?* zette Carolien Voigtmann een prikkelende stelling neer. Na een citaat van Mark Twain over humor, stelde zij dat de penning op sterven na dood is. De reden daarvan is dat de penning er niet meer hoeft te zijn. De Nederlandse penningkunst sluit immers niet aan bij de actualiteit. Enerzijds mist de penning de aansluiting met de ontwikkeling van de kunst en design, anderzijds is de onderwerpskeuze veelal beperkt. Te veel verbeelden de penningen 'huisje-boompje-beestje', niet een mooie gedachte. Ze gaan over een tuin in Frankrijk en niet over 'nine-eleven' of de tsunami. Carolien denkt dat als de penningmakers meer zouden inhaken op de actualiteit en actuele kunststromingen, de penningkunst nog een toekomst kan hebben.

Mirjam Mieras verwees in haar voordracht naar beeldend kunstenaar Joost Conijn, die bekend is om zijn achteruitrijfiets, in een zelfgemaakte, op hout gestookte auto door Oost-Europa reed en onlangs met een eenvoudig vliegtuig naar Oost-Afrika vloog. Als je reist met de gebruikelijke transportmiddelen kom je op plaatsen waar iedereen al is geweest en niets meer oorspronkelijk is. De rijkdom van het reizen zit hem in de onvoorziene gebeurtenissen. Het avontuur van Joost Conijn is jongensachtig, gewaagd, naïef, wonderschoon, onverantwoord, ongemakkelijk, vol ontberingen en onvoorspelbaar. Mirjam verheugt zich op penningen die avontuurlijk en dwars zijn zoals Joost

Conijn de wereld bereist en haar opnieuw ontdekt. De toekomst van penningkunst ziet zij als een buitengewoon avontuurlijk en onvoorziene gebeurtenis.

Discussie

Na een korte onderbreking voor koffie en thee kon de zaal discussiëren met de panelleden. De eerste reactie uit de zaal was dat de penning helemaal niet op sterven na dood is, maar beter gepromoot moet worden. Onbekend maakt immers onbemind. Daarom moet er voldoende belangstelling voor penningkunst bestaan om haar voortbestaan te kunnen garanderen. De aanwezigen constateerden dat er steeds minder penningen worden uitgereikt, maar wel steeds vaker beeldjes. En als er al penningen worden uitgereikt, dan zijn ze vaak nog lelijk ook. Penningen zijn een stiefkindje van de kunst. Zij hebben het image van oubolligheid en is een product dat moeilijk in de markt te zetten is. Maar ook werd geconstateerd dat opdrachtgevers moeite hebben om te investeren in iets moois.

De aanwezigen constateerden dat penningkunst een kunstvorm is, waarvoor mensen moeten worden opgevoed. Het vereist ontwikkeling en voorbeelden. Voorgesteld werd om bij kinderen te beginnen en het verschijnsel penningen aan de jeugd uit te leggen. Bijvoorbeeld met behulp van leskisten en lessen op lagere scholen, zodat daar de interesse gezaaid wordt, die na de puberteit kan ontkiemen. Daarbij zouden musea geïnteresseerd kunnen worden om regelmatig kunstpenningen te presenteren.

Aan de orde kwam hoe de penning gepromoot zou kunnen worden. De Vereniging voor Penningkunst (VPK) zou het voortouw kunnen nemen in het meer naar buiten toe treden en reclame maken. De VPK zou dat niet alleen hoeven doen, maar met de steun van de verzamelaars als ambassadeurs voor de

penningkunst. Zij zouden aan kennissen en geïnteresseerden kunnen vertellen over hun passie en voorbeelden van penningen kunnen tonen.

Geopperd werd om contacten te leggen en te onderhouden met de media, omdat daar kansen voor promotie liggen. Terecht werd gesteld dat voor de media nieuwswaarde belangrijk is en dat die bij penningen vaak ontbreekt. Alleen als penningmakers de actualiteit zouden combineren met iets controversieels, dan zou wellicht de mogelijkheid bestaan dat de media de penning zien. Reacties uitlokken zou een goede manier zijn, maar er moet wel voorkomen worden dat de onderwerpskeuze niet de richting op gaat van het choqueren om het choqueren.

De voorkeur voor een beeldje in plaats van een penning werd door de aanwezigen toegeschreven aan de presentatie. Een penning is iets persoonlijks, iets intiems, terwijl een beeldje beter presenteert. Dit is ook een trend die de afgelopen jaren zichtbaar werd bij penningmakers die steeds vaker sokkeltjes leveren bij de penning of penningen vervaardigen die rechtop kunnen staan.

Vanuit de zaal kwam de vaststelling dat door te willen aansluiten bij de moderne kunst de vpk-uitgiften de laatste jaren erg waren afgeweken van het idee penning. Deze tenderden te veel naar plastic, waardoor verschillende opdrachten weinig met penningen te maken hadden. Er werd daarbij aangetekend dat willen aansluiten bij de moderne kunst steeds moeilijker wordt, omdat die erg virtueel en weinig materieel is. Gekscherend stelde een van de aanwezigen daarom voor snel een virtuele penning te laten maken om de aansluiting met de moderne kunst niet te missen. Er viel desalniettemin ook het geluid te horen dat er wel degelijk stromingen en ontwikkelingen in de beeldende kunst en design zijn waarop de penningkunst aan zou kunnen sluiten. Als voorbeeld van een penning die aan-

sloot bij de actualiteit én Dutch design werd de penning *My Last Penny* genoemd.

De verpakking van penningen kwam ook aan de orde: als je bij een penning een verpakking doet, moet die iets toevoegen. Toch zijn er voor- en tegenstanders. Geld uitgeven aan iets dat je weggooit is zonde van het geld, meent de een, terwijl de ander het een wezenlijk onderdeel van het object vindt. Een penning moet niet mooier worden door de verpakking, maar deze moet er wel goed bij passen. De verpakking is buitengewoon geschikt om mooi vorm te geven. Zeker in opdrachtsituaties als logo's en dergelijke gebruikt moeten worden, maar de penningmaker deze niet op de penning zelf wil hebben.

Opdrachtgevers

Een buitenstaander merkte op dat de discussie op een zeurderige toon werd gevoerd alsof wij het goed doen, maar de buitenwereld niet. Dat het product penning wel goed is, maar dat de consument dat niet wil inzien. Volgens hem zou er beter omgegaan moeten worden met opdrachtgevers en penningconsumenten en zo hun denken ten goede keren. Dat een breed publiek, zelfs sportclubs, weet dat je iets beters kunt geven dan een blikken bokaal van 1½ meter hoog. Er moet bekendheid gegeven worden aan de mogelijkheid een penning te laten maken. Benadrukt werd dat een betere samenwerking tussen kunstenaars en potentiële opdrachtgevers gestimuleerd zou moeten worden. Bijvoorbeeld door bedrijven die sportprijzen en relatiegeschenken maken, waarvan de esthetische waarde nogal eens te wensen over laat, te interesseren voor een goed kunstproduct. Benaderen van grote bedrijven voor het uitreiken van penningen in plaats van gouden horloges of andere relatiegeschenken. Sommige aanwezigen reageren sceptisch, maar anderen zien hier mogelijkheden. Grote bedrijven moeten immers iets op

de plank hebben liggen als relatiegeschenk en als zij zijn te bewegen tot een artistiek product, is dat winst.

Conclusie van de middag was dat er nog veel te doen is om de penning in de toekomst (weer) op de kaart te zetten. Er werd goed geluisterd en veel gelachen. Tijdens de borrel zetten de aanwezigen de gezellige middag voort en kwamen zij nader met elkaar in gesprek. Sommigen continueerden de discussie, anderen grepen de gelegenheid aan om nieuwe initiatieven voor te stellen. Een

aantal van de aanwezige kunstenaars informeerde naar de mogelijkheden om met bedrijven te gaan samenwerken, terwijl verschillende verzamelaars na tijden eindelijk weer met elkaar spraken over penningkunst. De bijeenkomst heeft verschillende partijen weer samengebracht en er gaan stemmen op in de toekomst vaker dit soort bijeenkomsten te organiseren. ■

Janjaap Luijt (1966) fungeerde als katalysator om het symposium van de grond te krijgen. Hij is hoofdredacteur van *De Beeldenaar*.

(advertenties)




MUNTHANDEL  **G. HENZEN**

Grieks • Romeins • Byzantijns • Middeleeuwen • Provinciaal • Koninkrijk tot 1945
Overzee tot 1945 • Buitenlands tot 1945 • Historie- en rekenpenningen • Archeologie

zo maar een paar munten uit ons actuele assortiment....

Vraag onze gratis prijslijst aan! (verzamelgebied vermelden) website: www.henzen.org

Postbus 42 • 3958 ZT Amerongen • ☎ 0343-430564 • fax 0343-430542 • info@henzen.org



Civitat
Munt en edelmetaalhandel

GROOT ASSORTIMENT:

- Provinciale munten
- Koninkrijks munten o.a. topkwaliteit
- Gouden munten
- Bankbiljetten

LUTTEKESTRAAT 31 8011 LP ZWOLLE
TEL: 038-422 33 68 FAX 421 66 43

☎ Doorlopend te koop gevraagd:
Munten en muntverzamelingen

BEZOEK GEHEEL VRIJBLIJVEND ONZE WINKEL DINSdag T/M ZATERdag VAN 10.00 TOT 17.30 UUR