

Kunstwaarde

KOOS DE WILT



Simon Morsink in zijn galerie

FOTO'S: ROGER DOHMEN

Icoon en impact

De iconenkunst is bijna tweeduizend jaar oud en als je oppervlakkig kijkt, lijken alle iconen wel hetzelfde. Wie echter langer kijkt, wordt zich stilaan bewust van de grote verscheidenheid aan onderwerpen en de oneindige stijlvariatie. 'Ikzelf zoek altijd naar het oorspronkelijke in het werk en dat lijkt een beetje in tegenspraak te zijn met waar iconen voor staan', aldus de Amsterdamse iconenhandelaar Simon Morsink. 'Bij iconen is er binnen de beperking een enorme rijkdom aan manieren van werken. Dat levert voor mij de spannendste kunst op.'

'Als ik een icoon koop, dan kijk ik als eerste naar de impact. Precies zoals je naar een modern schilderij kijkt. Doet het me iets of doet het me niets?' De tegenwoordige kopers van iconen doen dat meestal niet uit religieuze overwegingen, maar wat Morsink wel merkt, is

dat het ze wel vaak raakt. 'Ze voelen er op één of andere manier een bijzondere emotie bij en dat heeft ongetwijfeld te maken met de religieuze uitstraling. Dat merk ik op Tefaf als sommige mensen min of meer toevallig onze stand bezoeken. Die kunnen dan ineens worden geraakt door een icoon, terwijl zij er daarvoor nooit naar omkeken.'

Volgens de kunsthandelaar neemt de belangstelling voor iconen toe. Niet zoals tijdens de 'iconenhype' eind jaren zeventig, begin jaren tachtig, maar op een gezonde manier. Morsink: 'Het gevoel voor kwaliteit is bij de mensen steeds beter ontwikkeld. Vroeger was iedere icoon geld waard, gewoon omdat het een icoon was. Nu is er een enorm onderscheid gekomen in prijs.'

En dat is op zichzelf bijzonder, omdat iconen in de regel niet werden gesigneerd. Ook grote schilders als Rubljov en Dionisij signeerden nooit. Feitelijk koop je dus nooit om de naam. Volgens Morsink moet je daarom ontzettend goed kijken. 'En dat maakt het boeiend om erin te handelen. Het gaat enkel en alleen om het voorwerp en de kwaliteit ervan. Of een icoon nu 3000 euro kost of een unieke Russische icoon is uit de zestiende eeuw die het veelvoudige moet opbrengen, als leek zie je dat niet. Indruk kun je met een icoon niet maken. Het iconenpubliek is daarom ook niet een publiek waarbij het aan zes kanten glimt. Iconen worden gekocht door mensen die het puur voor zichzelf kopen, niet omdat iedereen het koopt.'

Volgens de kunsthandelaar bevinden zich alle werkelijk beroemde Russische iconen zich nog in Rusland, niet één bevindt er zich in het buitenland. 'Soms hoor je wel eens dat een groot percentage van de iconen zich inmiddels in het Westen zou bevinden. Dat is totale flauwekul. Ik denk dat meer dan 95 procent van het Russische iconenbezit zich nog steeds in het land van herkomst bevindt. Dat heeft te maken met het feit dat de handel in deze kunstvorm pas in de twintigste eeuw is ontstaan. Pas toen kwamen er iconen naar het Westen. Dat is dus anders dan bij de meeste andere kunstvormen, waar al langer handel in bestond.'

Tegenwoordig zijn iconen wereldwijd gewilder dan ooit. Morsink: 'Waar het om gaat is topkwaliteit, het beste te kopen binnen zijn soort. En dat zijn goede vijftiende- en zeventiende-eeuwse Russische en Kretenzische iconen. Daar is tegenwoordig ontzettend moeilijk aan te komen. Ze zijn steeds zeldzamer geworden en de vraag is steeds groter.' ■

