

Mothershippers zoeken opdrachtgevers op rijkenbeurs in het Franse Cannes

Champoepel nippen met de society

JOYCE DE BRUIJN
ROTTERDAM

De Rotterdamse kunstenaarscoöperatie Mothership lanceert dit weekeinde in Cannes haar nieuwe commerciële label Rock and Royal, in opdracht gemaakte mozaïeken en kroonluchters.

Mothership-artisten Arno Coenen (mozaïeken) en Hans van Bentem (kroonluchters) maken *custom made art*, kunst die bij hun opdrachtgever past, maar die wél de signatuur van de makers draagt.

„De bodem van de subsidiepot voor beeldend kunstenaars is in zicht. Al jaren!” legt Jeroen Everaert, curator van Mothership uit. „We moeten daarom een nieuwe bron van inkomsten aanboren. Aanschurken tegen de *society*, zoals Rembrandt deed bij de notabelen van zijn tijd.” Waar doe je dat beter dan op de Millionaire Faire in de mondaine Franse badplaats?

Tuurlijk zal het wennen zijn. Siliconen borsten, diamanten groot als duiveneieren, Armani-jurken ter waarde van een middenklasse autootje. Een zichzelf respecterende kunstenaar wilde er



Jeroen Everaert (in smoking) en mozaïek-artiest Arno Coenen schurken zich tegen de society aan. FOTO CEES KUIPER

vroeger nog niet dood gevonden worden!

Maar het is wel de plek waar rijken in toegankelijke kunst geïnteresseerd kun-

nen raken. „Wij kwamen op het idee van de *custom made* kroonluchters en mozaïeken door het MTV-programma *Cribs*, waarin met geld smij-

tende popsterren een rondleiding geven door hun huis. Rijke rappers bijvoorbeeld kopen mooie, dure dingen om zich te profileren. En

juist dit soort 'nieuwe rijken' zul je tegen komen op de Millionaire Faire in Cannes.”

Even werd overwogen de Faire in Amsterdam aan te

doen. „Maar Nederland is hier toch te calvinistisch voor. Nederlanders houden liever verborgen dat ze heel erg rijk zijn. In Cannes laat men het ongegeneerd breed hangen.”

Aanvankelijk werd Mothership te min bevonden door de organisatie van de Millionaire Faire. „Maar toen ze eenmaal foto's van ons werk hadden gezien, waren we welkom. Ik geloof dat we nu zelfs dé belofte zijn van het evenement.”

En dus hijsen de leden van het Mothership-equipe zich in een tweedehandse of gehuurde smoking, nippen ze een weekeinde lang aan de flûtes champoepel en delen ze visitekaartjes uit. Om de potentiële cliëntèle lekker te maken, reizen vier manshoge mozaïeken van Coenen mee. Midden in de stand komt Van Bentems *tour de force* te hangen: een reusachtige Nederlandse leeuw, gemaakt van de fijnste Tsjechische kristallen.

Everaert: „Het is natuurlijk niet onze wereld, daar in Cannes. We zullen er best even met samengeknepen billen lopen. Maar zo lang je bevooroordeeld blijft en geen toenadering zoekt, bereik je niets.”