

Baksteen hoeft niet saai te zijn

Kunst in de reclame



Door René Oudenhoven

Een baksteen is saai en muren van baksteen zijn saai. Of ben ik zelf saai door geboeid te zijn door baksteen en muren met metselverbanden? Wonend en werkend in Klarendal kom ik bijna dagelijks voorbij de kopgevel hoek Klarendalseweg Schutterstraat. Een forse gevel van bijna 8 x 12 meter, in halfsteensverband, een blinde muur die veel bekijks trekt.

ARNHEM – De bezoekers van het modekwartier blijven allemaal stil staan bij de wand. Kijken naar een blinde muur, maken foto's, selfies. Maar niet alleen de toeristen van buiten zien het bijzondere van de gevel. Als ik een Klarendaller vraag, wat doet dat hier, zegt zij: "Het hoort bij ons" En wat doet het met u? "Het maakt het lichter."

Kunst in de openbare ruimte roept vaak weerstand op. Men moppert; 'wat doet dat hier'. Dat kunst heftige reacties oproept is goed. En toch is het vreemd dat de bebouwde omgeving, de architectuur, dat veel minder doet. Terwijl die veel meer het beeld van de stad bepaalt. En wat te denken van de alomtegenwoordige (buiten)reclame? Ach.

Wat nu als kunst, architectuur en reclame samenkomen? Dat is wat er gebeurt in het kunstwerk van Hanneke van de Pol. Het werk maakte zij in 2011 in

opdracht van woningcorporatie Volkshuisvesting, Het idee was om de route van het modekwartier duidelijk te markeren en het oude en nieuwe Klarendal te verbinden. Hanneke maakt een muurschildering waar het gebouw, het patroon van de muur perfect samenvalt met de reclame. Door eenvoudig in twee ge-

EEN MONUMENT VOOR DE ONDERNEMERS DIE ER WAREN EN ZIJN

dempte kleuren de bakstenen te beschilderen benoemt zij de ondernemers van de Klarendalseweg. Er ontstaat een wieberend patroon dat leesbaar is. Van de Pol maakt – wat zij noemt – een soort 'pakhuisreclame' voor het kleinbedrijf, reclame voor de baksteenarchitectuur. Reclame voor de kunst. Dat is een kwaliteit. Het



Hanneke van de Pol maakte een muurschildering in Klarendal waar het gebouw en het patroon van de muur perfect samenvalt met de reclame.

is een monument voor de ondernemers die er waren, die er zijn; de bakker, slager, het café. Het is een publiekleveling, en terecht, want wanneer een kunstwerk gewaardeerd wordt door alle rangen en standen is ook dat een kwaliteit. Een bijzonder zeldzame kwaliteit.

#WATDOETDATHIER

Overal in de openbare ruimte is kunst, maar wat doet dat eigenlijk hier? Wat doet het met u? Stichting BK-informatie verzamelt via Twitter, Facebook, Instagram en de website zoveel mogelijk foto's en verhalen van publieke kunstwerken overal in Nederland. Onder de hashtag #watdoetdathier vertellen we samen wat de kunstwerken hier doen. Ga naar www.watdoetdathier.nl en meld een kunstwerk bij u in de buurt.

