

Van MOTI word je niets wijzer

Grafisch ontwerper Ad van der Kouwe begrijpt niets van de gang van zaken in het Graphic Design Museum, dat voortaan als MOTI door het leven moet.



OPINIE
Ad van der Kouwe

Stelt u zich eens voor: de naam van het - denkbeeldige - Museum voor Moderne Kunst is oubollig en écht niet meer van deze tijd. Daarom deelt de directeur, die naar eigen zeggen 'niet met kunst bezig is', de gemeenteraad mede dat het museum wordt omgedoopt in 'Muvahesi' ('Museum van het sigarenbandje': de directeur is een gepassioneerd sigarenbandjesverzamelaar). Het domme publiek zal dan niet meer denken dat ze in het museum zo'n old

school dingetje als moderne kunst te zien zullen krijgen. Sterker nog: bij de naam 'Muvahesi' zullen ze helemaal niets denken, dat sluit alle verwarring uit. De directeur daarover in de krant: „De term moderne kunst roept associaties op met creatieve uitingen die wortelen in de 20e eeuw. Prima, maar dat is niet waar wij mee bezig zijn.” Vanzelfsprekend zijn de plaatselijke politici zeer te spreken over deze voortvarende manager en constateren tevreden dat

het museum weer helemaal *future-proof* is.

Raar? Nee hoor. Kijk maar naar Breda: daar wordt het het nog piepjonge Graphic Design Museum omgedoopt tot 'MOTI' (Museum of the image). Een duidelijke naam - hoewel in overbodig Engels - wordt daarmee ingewisseld voor tenenkrommende nietszeggendheid. Museum of the Image... Museum van het beeld! Is niet ieder museum waar bijvoorbeeld schilderijen, video's of foto's getoond worden - bijna ieder kunstmuseum dus - een museum van het beeld? Van dat soort musea smelt het al in ons museumdichtelandje en veel daarvan zijn ook nog eens erg goed. Als ik politicus was met een afkeer van 'linkse hobby's' zou ik het MOTI subiet en ongezien wegbezuinigen als zijnde totaal overbodig.

Maar, werpt directrice Mieke Geritzen tegen in BN DeStem: „De term grafische vormgeving roept associaties op met de grafische industrie die wortelt in de 20e eeuw. Veel mensen denken daarbij aan mooie oude posters. Prima, maar dat is niet waar wij mee bezig zijn.” Prima? De directrice is niet met mooie oude posters bezig en besluit dus om het museum zowel qua naamgeving als inhoudelijk aan te passen aan waar zij mee bezig is. Wat dat is? Geen idee, de naam MOTI geeft in ieder geval geen uitsluitel, en zelfs als je weet waar de afkorting voor staat word je niets wijzer. Mij dunkt, als je niet met grafische vormgeving bezig bent, moet je geen directeur willen worden van het Graphic Design Museum. Want dan krijg je maken met 'veel mensen' - zoals ik - die in een mu-

seum voor moderne kunst graag moderne kunst willen zien, in het Brabantse museummuseum Brabantse musen en in het Graphic Design Museum graphic design, inclusief mooie al dan niet oude posters. Maar uiteraard ook boeken, postzegels, tijdschriften verpakkingen, én inderdaad websites, apps, games en alles wat er nog meer aan grafisch ontwerp te verzinnen is. Daarnaast verwacht ik goede inhoudelijke tentoonstellingen over vormgevers en trends: historisch, hedendaags én met een blik op de toekomst. Er moet toch een directeur te vinden zijn die een dergelijk museum wél wil leiden, én een stad die een dergelijk museum onderdak wil bieden.

Ad van der Kouwe is grafisch ontwerper. Hij werkt bij Manifesta in Rotterdam.