

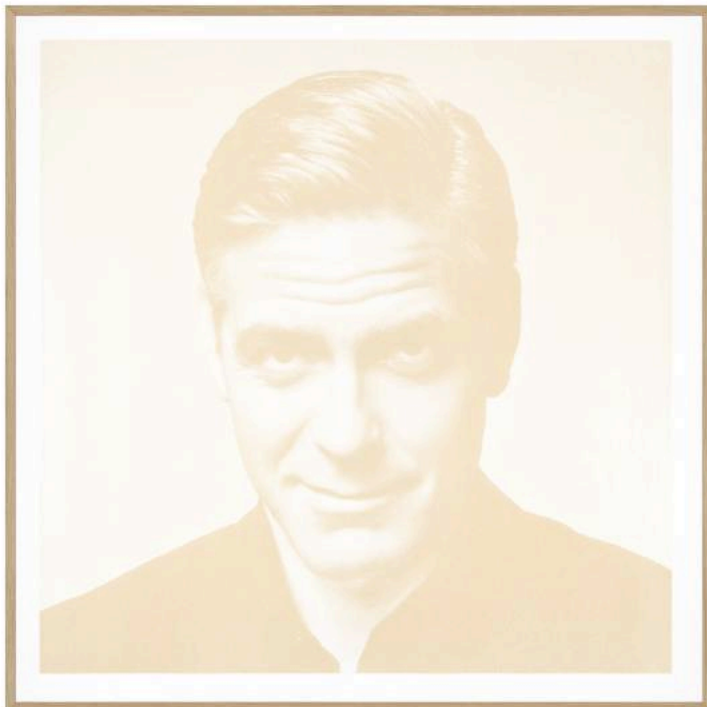
## Metropolis M

# Clooney in alle smaken

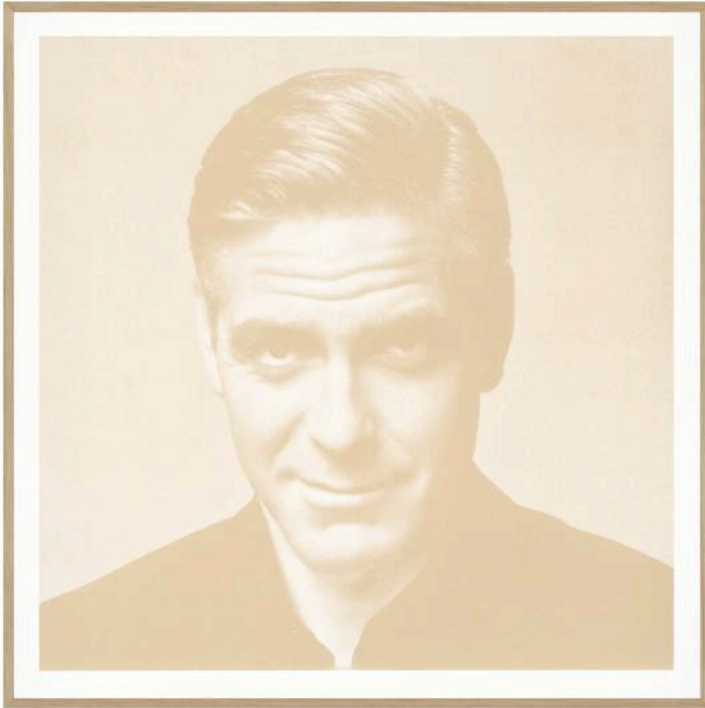
30.01.2018 | REVIEW – Sofie Crabbé

**Arme George. Egon Van Herreweghe fileert het reclamemerkt 'George Clooney' (Nespresso, horloges), waarna er van de man niet veel meer overblijft.**

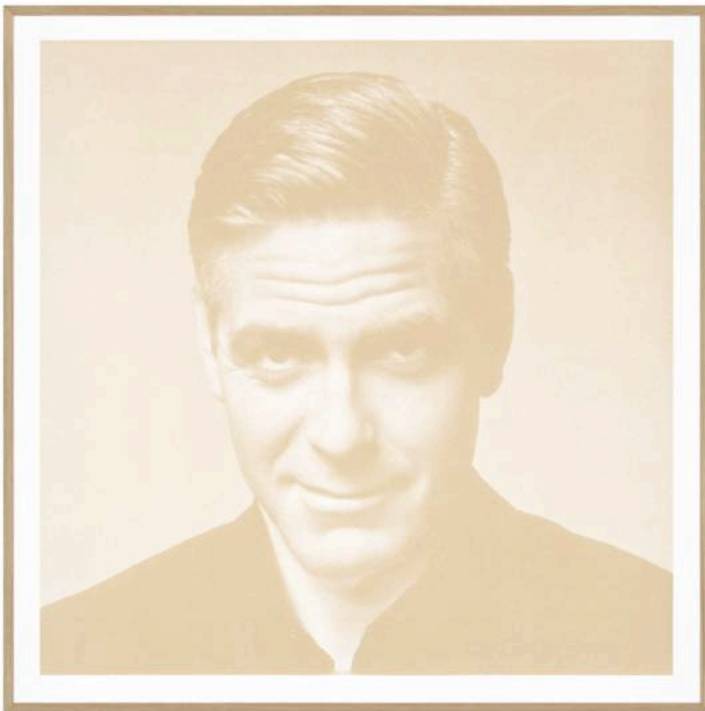
Sinds 2007 leent Amerikaans acteur en regisseur zijn gezicht aan Nespresso. De belofte van seks en succes gebruiken om de goedgebouwde consument producten aan te smeren. Het is de oudste reclametruc ter wereld, maar het werkt nog altijd. 'Ik kan George Clooney misschien nooit bereiken, maar ik kan wel dezelfde koffie drinken als hij,' zo luidt de achterliggende gedachte. Ah, is Nespresso niet vooral duur en nep - je krijgt de gemalen koffiebonen zelfs nooit te zien. 'Nespresso vormt het prototype van de hygiënische keuken, maar dit komt niet overeen met het echte leven', zegt kunstenaar Egon Van Herreweghe. De macht van marketing, de idolatrie en de geveinsde luxe van dit bakje troost vormen de inzet van zijn meest recente tentoonstelling in Hopstreet Gallery.



George (Livanto) from the series George Clooney for Nespresso, 2017, coffee-ink on paper, 91.5 x 91.5 cm, frame 103 x 103 cm, courtesy the artist & Hopstreet Gallery



George (Cosi) from the series George Clooney for Nespresso, 2017, coffee-ink on paper, 91.5 x 91.5 cm, frame 103 x 103 cm, courtesy the artist & Hopstreet Gallery



George (Kazaar) from the series George Clooney for Nespresso, 2017, coffee-ink on paper, 91.5 x 91.5 cm, frame 103 x 103 cm, courtesy the artist & Hopstreet Gallery

De locatie van de expo bevindt zich, oh ironie, in een zijstraat van de Louizalaan. In deze winkelstraat van klatergoud en bling bling in hartje Brussel opende de allereerste Nespresso-winkel in België zijn deuren. Bij het betreden van de galerie is er geen ontkomen aan. Van alle kanten glimlacht een meer dan levensgrote afbeelding van het gezicht van George Clooney ons schaapachtig toe. Dertien prints in totaal.

Bijna slaat de ontgoocheling toe. Dertien keer hetzelfde werk? Dertien keer de gewezen witjas uit de ziekenhuisserie ER die ons met een vragende frons aankijkt? Het lijken wel foto's waarboven een roestbruine filter is geplaatst. 'Nee, dit zijn geen foto's, maar zeefdrukken. Elk beeld bestaat uit een ander pigment verkregen door verschillende capsules met dezelfde koffiesmaak te laten inkoken', legt Van Herreweghe uit. 'Als je goed kijkt merk je kleine nuances tussen de prints.' Inderdaad, de verschillen zijn minimaal, maar eens je het weet toch ook weer duidelijk zichtbaar.

'Clooney beschouw ik als een heilige van deze tijd. Samen met andere beroemdheden, zoals bijvoorbeeld Victoria's Secrets 'angel' Heidi Klum, verkoopt hij een levensstijl. George Clooney en Heidi Klum bekleden een positie die amper wordt bevraagd. Het zijn verzinsels, geen mensen', vertelt de kunstenaar. Zijn achterdocht doet vermoeden dat er ook een goede journalist in hem schuilt. 'Die geregisseerde realiteit van iemand als George Clooney intrigeert me. Zijn gebetonneerde kapsel. Zijn quasi-onveranderlijke gezicht. Zijn vaderlijke, mature looks. Hij is een levend standbeeld. En dan het tequilla-merk Casamigos dat hij in 2013 met zijn motorvriend en getuige Rande Gerber oprichtte, en dat ze vorig jaar voor bijna één miljard dollar verkochten. In enkele jaren tijd van niets naar de zevende hemel. Dat is niet voor iedereen weggelegd. Het is een illusie dat we die man kennen.'



Installation view, © hv-studio, courtesy the artist & Hopstreet Gallery

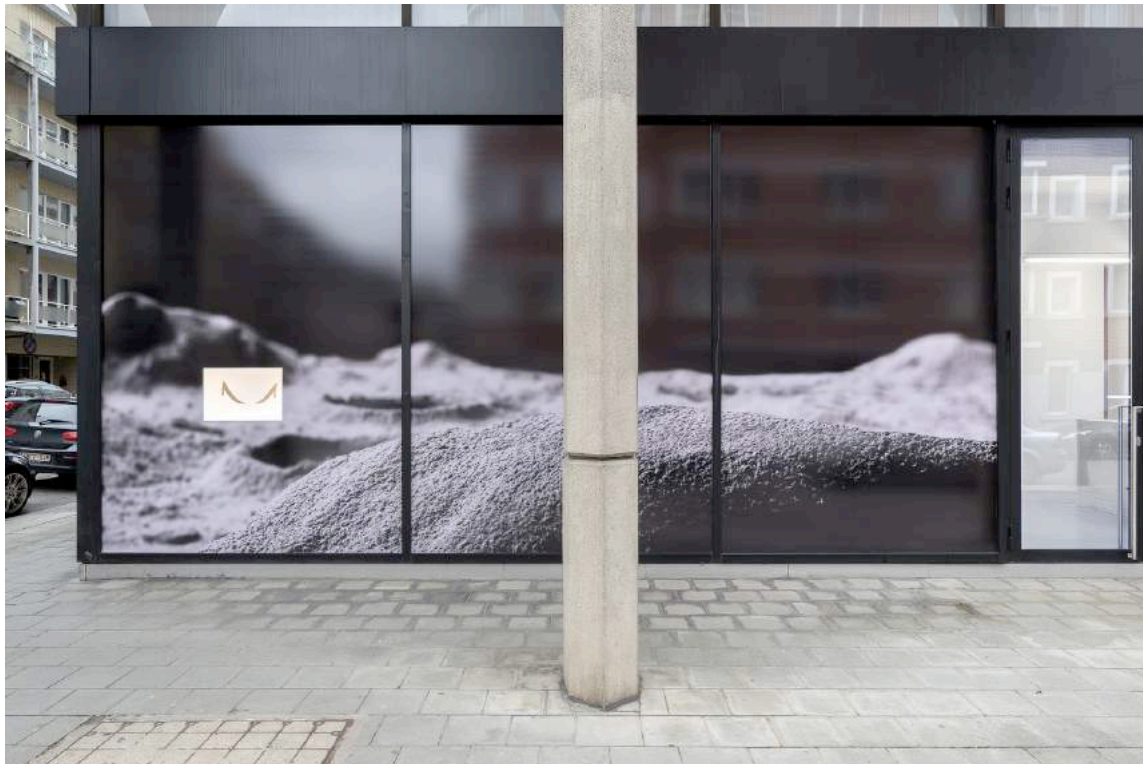


Installation view, © hv-studio, courtesy the artist & Hopstreet Gallery

‘Hebben jullie de gevel bekeken bij het binnengaan?’ Ietwat verbaasd staren we elkaar aan. Werkelijk niemand heeft er iets speciaals opgemerkt. Ten onrechte, op de metershoge etalageramen is op afficheformaat een impressie van een maanlandschap bevestigd. Het lijkt verdacht veel op een doordeweeks etalageraam, waarvan je er op de Louizalaan wel twaalf in een dozijn vindt. ‘Dit landschap fungeerde als *backdrop* voor de presentatie van een Omega-horloge. George Clooney leende z’n looks en imago (lees: z’n aura van klasse, engagement en zin voor humor) immers niet alleen aan Nespresso.’ Wat hij aanraakt, verandert nu eenmaal in goud. Dat is althans de perceptie. Het horloge is op de affiche nergens te bespeuren. Deze verving Egon van Herreweghe door een lichtgevende mini-vitrine. Verwacht je echter niet aan een 24 karaat goud of een of andere exclusieve, diamanten ring. Nee, twee zandkoekjes in de vorm van damesschoenen staan er te blinken. ‘De vorm is geïnspireerd op de “N” van Nespresso, het merklogo. Er zit bovendien een verwijzing in naar de inkttekeningen van stiletto’s die Andy Warhol in de jaren 1950 (het begin van z’n carrière) ontwierp voor schoenfabrikant Israel Miller’, verklaart Egon van Herreweghe.

Staan we hier oog in oog met louter een leuk trouvaille? Nee, toch niet. Elk detail van deze expo is doordacht en klikt wondermooi in elkaar. Pièce de resistance is de ranke sculptuur *Discovery* waarmee de expo afsluit. *Discovery* is niet alleen een commerciële term die refereert naar de Discovery Boxes van Nespresso. Het knipoogt ook naar een van de vijf operationele Amerikaanse spaceshuttles, of, zo je wil, naar een van de twee schepen waarmee Brits ontdekkingsreiziger James Cook rond 1770 over de Grote Oceaan reisde. Van Herreweghe’s *Discovery* bestaat uit een sobere houten sokkel waarop een transparante piramide van synthetisch acrylaat prijkt. In het midden zweeft een koffiecapsule boven een - eveneens zwevend - maanoppervlak.

Werd een bakje troost ooit zo onbestemd, zo ongrijpbaar, jawel, zo sacraal weergegeven? ‘De capsule wordt zodanig opgetild, als was het het Lichaam van Christus, een geconsacreerde hostie uitgesteld in een monstrans’, zegt de kunstenaar. ‘In de reclamewereld is de presentatie, de verpakking zo belangrijk.’ Van Herreweghe’s religieuze parallellen zijn niet zo onschuldig. Kunnen we termen als een heilige en het Lichaam van Christus wel hanteren in een hyperkapitalistische context? Gaat aan de status als heilige geen martelaarschap vooraf? Zitten in de Bijbel niet net een aantal passages waarin de afgoderij en de verlokkingen van het geld aan de kaak worden gesteld? Maar daar zit de ironie natuurlijk.



Gevel van de galerie van buiten met foto, © hv-studio, courtesy the artist & Hopstreet Gallery



Sleeping Andy, © hv-studio, courtesy the artist & Hopstreet Gallery

In contrast met deze verfijnde uitvoering lonkt in het midden van de ruimte een fake bronzen afgietsel van Andy Warhol. De pop-art figuur is levensgroot afgebeeld. Hij lijkt langouereus te slapen. Of misschien is hij wel dood? Net als de Nespresso die de consument zich - mits even diep in de portemonnee te tasten - kan toe-eigenen, lonkt de verleiding om beelden van mythische personages aan te raken. Zo blijkt ook hier uit de talrijke opgeblonken zones op Warhols lichaam. 'Dit werk is gebaseerd op een foto gemaakt door Helmut Newton. De technische uitvoering gebeurde door beeldhouwer Brent Redant. In de sculptuur is zijn naam verwerkt', vertelt Van Herreweghe. 'Volgens de traditie gaan mensen relikwieën zoenen of er over wrijven, ook al weet iedereen dat het fake is. Het stoort niemand. Mensen willen zichzelf activeren in het verhaal.' De knipoog naar de zeefdrukken die we in de vorige ruimte zagen is legio. Warhols zeefdrukken van filmsterren als pakweg Marilyn Monroe zijn in het collectieve geheugen gegrift. Clooney en Monroe associëren we in een adem met clichés uit de consumptiemaatschappij. Andy Warhols gebruik van de visuele taal van de reclame binnen een tentoonstellingsruimte is op het eerste zicht *fake*, maar is misschien ook wel net echter, omdat ze toegeeft dat het om een constructie gaat. Deze commerciële, visuele strategieën zet Egon van Herreweghe hier dus in om - *of all people* - George Clooney weer te geven, dit werkt wonderwel. Een knappe prestatie die smaakt naar meer!



Sleeping Andy, 'courtesy the artist & Hopstreet Gallery

Alle werken Egon Van Herreweghe, courtesy de kunstenaar en de galerie

EGON VAN HERREWEGHE - WHO ELSE?, 13.01 t/m 03.03.2018, [Hopstreet Gallery](#), Brussel, gesloten tijdens Art Rotterdam 8, 9 en 10 februari