


Lessen van de gehaaide 'Coopman' Rembrandt

Meer nog dan in zijn schilderijen herkennen we Rembrandt van Rijn (1606-1669) in zijn etsen als een groot kunstenaar. Maar ook als groot zakenman! Vaak wordt het historische verhaal weggepoetst, maar tijdgenoten beschreven onze oerkunstenaar al als een gehaaide zakenman.

Etsen hebben als voordeel dat je je klant niet hoeft te zien. Omdat Rembrandt een ongemakkelijke omgang had met zijn opdrachtgevers, was dat plezierig. Maar er waren meer voordelen. Elke ets kon je steeds weer veranderen en van elke 'staat' kon je zo'n 24 afdrukken maken. Het voordeel van veel in omloop zijnde etsen, was dat zo zijn werk in heel Europa bekend werd. Temeer doordat op veel van die etsen Rembrandts eigen hoofd was afgebeeld. Een mooi staaltje van actieve 'branding'. Een bijkomend voordeel van veel afgedrukte etsen was dat die samen veel meer opbrachten dan een enkel schilderij. Dat realiseerde zich de meester als geen ander.

Daarbij kwam nog dat etsen een mooie manier waren om te bouwen aan een toekomstige klantenkring. Door een 'My First Rembrandt'-ets had de verzamelaar al een echte Rembrandt

voor hij zich een schilderij van de meester kon veroorloven. Maar je moest al behoorlijk betalen voor zo'n ets. Daar zorgde de meester zelf wel voor. Beroemd is het verhaal dat hij zelf een exemplaar van de ets 'Christus geneest de zieken' terugkocht voor het kolossale bedrag van honderd gulden, terwijl gewone prenten vaak voor een paar stuivers te koop waren. Een Italiaanse publicist in die tijd schreef dat Rembrandt in heel Europa afdrukken van zijn etsen zou hebben laten opkopen tegen elke prijs om zo zelf de prijzen te kunnen voorschrijven.

Andere tijdgenoten gingen nog verder in het beschrijven van het commerciële talent van de meester. 'Door de aldergeringste verandering verplichte ja dwong hy de Liefhebbers om die printjes dubbelt en drievoudig te koopen', scheef de schildersbiograaf Houbraken in 1718. In duidelijke taal: de kunstenaar stimuleerde de verzamelwoede door steeds opnieuw wijzigingen aan te brengen in zijn etsplaten. En Rembrandt wist als geen ander dat een echte liefhebber alles wil hebben, zoals een echte Beatle-fan alle geremixte opnames móet hebben. 

Koos de Wilt
'Marktstrategieën van een genie. Rembrandt inc.', Uitgeverij Nieuw Amsterdam.
ISBN: 9789046801840

