

VBCN

Vereniging
Bedrijfscollecties
Nederland

VIEW

Lustrum
December
2020

NL

EEN BLIK VAN
BUITEN

ANNE CLEMENT
VAN VUGT

- 5 Inleiding, Een blik van buiten, Anne Clement van Vugt
- 9 Aan het plafond of op de werkvloer, Belco van der Lingen
- 12 Uit de ivoren toren, Arnold Witte
- 15 Meer dan feiten en cijfers, Pietje Tegenbosch
- 18 De eerste 'echte' verkoop, Xander Karskens
- 21 Win-win, Vincent van Velsen
- 24 The Jakarta Murals, Hadassah Emmerich
- 27 Gedeeld kunstbezit, Mariette Dölle
- 30 Nawoord, Een heel simpele boodschap, Anna van Leeuwen

INLEIDING

5

Deze publicatie markeert het 15-jarige lustrum van de Vereniging Bedrijfscollecties Nederland (VBCN). De vereniging dankt haar oprichting aan een onofficieel netwerk van curatoren van bedrijfscollecties die op een professioneel niveau kennis en expertise over de beroepspraktijk met elkaar wilden delen. Vandaag de dag is de VBCN een officieel non-profit kennisnetwerk voor Nederlandse bedrijven en (semi)publieke instellingen met een kunstcollectie. De vereniging initieert daarnaast debat en onderzoek. Het concept 'bedrijfscollecties' is breed. De vijftig leden die de vereniging nu telt vertegenwoordigen zowel profit als non-profit organisaties; financiële instellingen, koepelorganisaties, ministeries, provincies, universiteiten en zorginstellingen komen binnen de VBCN samen.

Voorlopige uitkomsten uit recent onderzoek wijzen uit dat de VBCN over de jaren uitgegroeid is tot 'een onderscheidende speler in het culturele veld'. Over de meerwaarde van kunst voor de organisaties en medewerkers, een 'blik van binnen', is al veel bekend. Deze lustrumpublicatie biedt juist een 'blik van buiten'. Daarmee verschilt ze inhoudelijk van de eerder verschenen VBCN-publicatie *Bedrijfscol-*

lecties in Nederland (2009) en de tentoonstellingscatalogus *Out of Office* (2018). **Op de volgende pagina's gaan acht schrijvers vanuit hun expertise of vakgebied in op de maatschappelijke en culturele betekenis van bedrijfscollecties en de VBCN.** Kunstenaar Koen Taselaar zorgde voor unieke tekeningen.

In *Aan het plafond of op de werkvloer* omschrijft Eelco van der Lingen, directeur van het Mondriaan Fonds, de geschiedenis en betekenis van bedrijfscollecties in het culturele veld en het bedrijfsleven. Hij neemt de lezer mee in de veranderingen die zogeheten 'bedrijfscollecties' hebben doorgemaakt sinds medio 20^{ste} eeuw. Vervolgens beschrijft wetenschapper Arnold Witte in *Uit de ivoren toren* zijn onderzoek naar Nederlandse bedrijfscollecties. In *Meer dan feiten en cijfers* deelt galeriehouder Pietje Tegenbosch haar visie op de betekenis van bedrijfscollecties, die zoals de titel van haar stuk doet vermoeden verder reikt dan een uitkomst in getallen. Xander Karskens, directeur van postacademische instelling De Ateliers, onderstreept met *De eerste 'echte' verkoop*, het belang van bedrijfscollecties voor de ontwikkeling van de professionele praktijk van jonge kunstenaars. Curator Vincent van Velsen, medewinnaar van de tweede editie van VBCN Open, gaat met *Win-win* in op de betekenis van de VBCN bij het stimuleren van zowel nieuwe tentoonstellingsconcepten als opkomend curatorentalent. Met *The Jakarta Murals* vertelt kunstenaar Hadassah Emmerich over haar eigen ervaring met het uitvoeren van een kunstwerk in opdracht van een bedrijfscollectie. De rol en betekenis van bedrijfscollecties als bruikleengever wordt uitgelicht door Mariette Dölle, directeur van Museum Kranenburgh. Zij geeft met *Gedeeld kunstbezit* inzicht in hoe een specifieke bruikleen tot stand kwam. Het verhaal is exemplarisch voor de vele bruiklenen door bedrijfscollecties en toont daarmee bovendien de betekenis van bedrijfscollecties als medebewakers van cultureel erfgoed. Het nawoord *Een heel simpele boodschap* is geschreven door kunstjournalist Anna van Leeuwen en mag gelezen worden als een weloverwogen advies!

Over de betekenis van de VBCN en haar leden binnen het culturele veld, hebben deze schrijvers een tipje van de

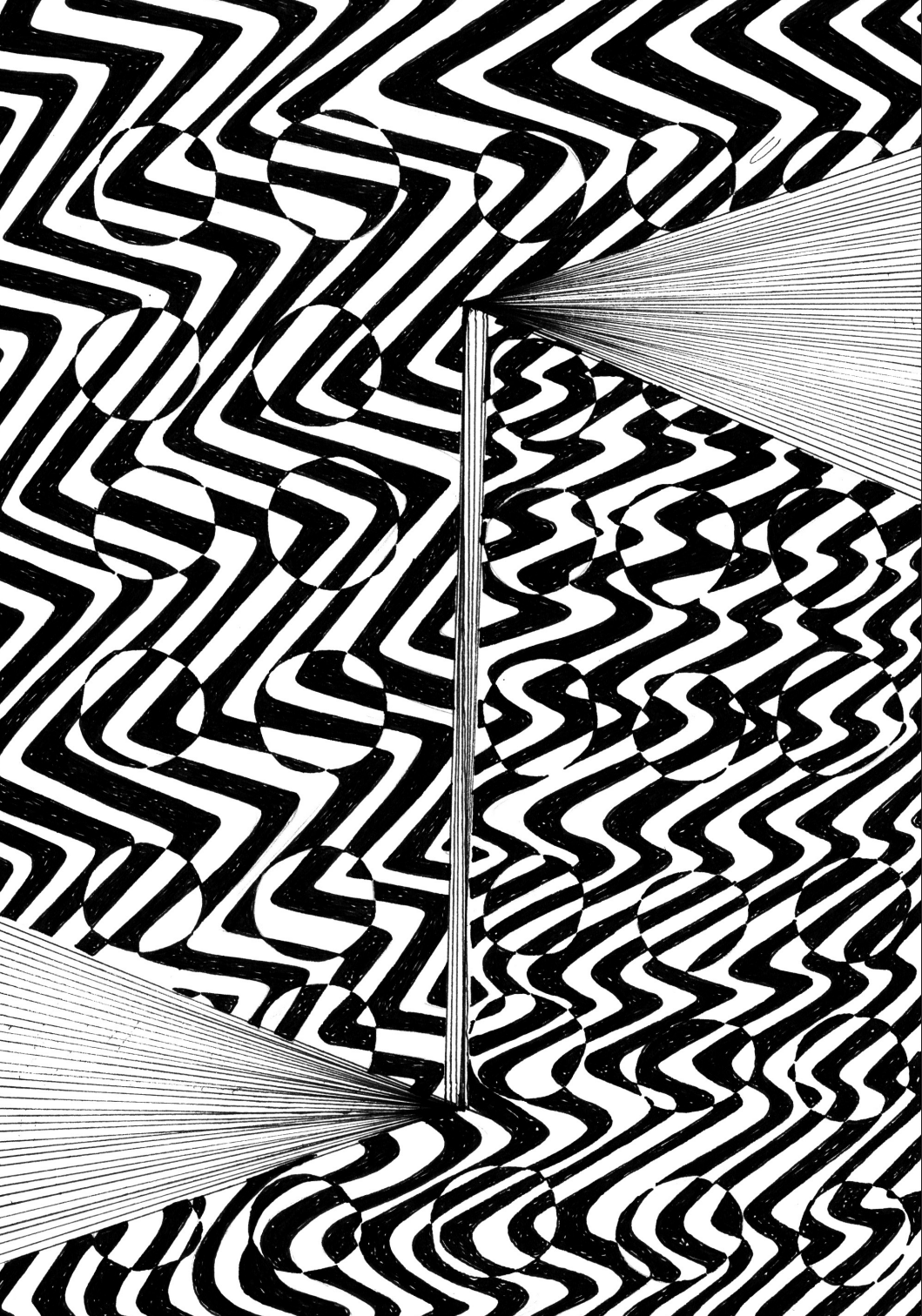
sluier gelicht. De VBCN dankt alle auteurs voor hun waardevolle bijdrage. Met hun 'blik van buiten' voegen zij een ander perspectief toe en leveren zij betekenisvolle inzichten. De verhalen bieden perspectief en vormen bovenal een basis voor een 'blik in de toekomst'.

Namens het
VBCN-bestuur

Anne Clement van Vugt
Voorzitter VBCN

De Vereniging Bedrijfscollecties Nederland (VBCN) is een onafhankelijk non-profit kennisnetwerk voor Nederlandse bedrijven en (semi)publieke instellingen met een kunstcollectiebeleid. De leden brengen een groot en divers publiek in aanraking met kunst en creëren nieuwe verbindingen tussen kunst en de samenleving. De VBCN is hiermee een onderscheidende speler in het culturele veld. De VBCN stimuleert kunstactiviteiten en een optimaal collectiebeleid binnen bedrijven en (semi)publieke instellingen. De vereniging initieert debat en onderzoek. Zij biedt een platform waar leden expertise uitwisselen en gezamenlijk werken aan de zichtbaarheid en de dynamiek van collecties. Zo bevordert de VBCN de deskundigheid van de leden en draagt bij aan een vitaal kunst- en cultuurklimaat in Nederland. De VBCN is vanuit haar unieke positie in het culturele veld toonaangevend voor de verbinding van beeldende kunst met organisaties en de samenleving. De VBCN speelt in op actuele, relevante thema's en breekt sectorale grenzen open; kwaliteit en originaliteit zijn leidende principes.

Anne Clement van Vugt is vanaf juli 2020 voorzitter van het bestuur van de Vereniging Bedrijfscollecties Nederland (VBCN). Sinds 2015 is zij senior-adviseur kunstzaken aan de Erasmus Universiteit, met als hoofdverantwoordelijkheid het beleid en beheer van de kunstcollectie. Eerder werkte zij onder meer als zelfstandige aan het realiseren van kunstprojecten in opdracht van meerdere stakeholders.



AAN HET PLAFOND OF OP DE WERKVLOER

EELCO VAN
DER LINGEN

9

In 1960 werd met de Peter Stuyvesant Collectie het startschot gegeven voor een bijzondere bedrijfscollectie. De kunst hing niet zoals destijds gebruikelijk in de directiekamers, maar werd door de toenmalige directeur boven de werknemers in de fabriekshal in Zevenaar opgehangen. De witte schotten waarop de vele abstracte schilderijen werden gepresenteerd, verraadden de oorspronkelijke context waarvoor de kunst destijds gemaakt werd: de witte muren van museumzalen. **De white cube was een naoorlogs concept van isolatie.** Kunstwerken werden uit een bonte wereld vol verschillende beeldende aspecten getrokken en 'neutraal' gepresenteerd, weg van alle ruis en afleiding.

Het isoleren van een kunstwerk om het zo goed mogelijk tot zijn recht te laten komen binnen een schijnbaar neutrale ruimte, komt echter de toegankelijkheid ervan niet ten goede. Voor veel mensen is de white cube een enge plek, een plek voor mensen met kennis. Teruggeworpen worden op niets anders dan een lege witte ruimte en nieuw, onbekend werk maakt al snel onzeker: 'Wat moet ik ervan vinden?' en 'Kan ik er eigenlijk wel iets mee?' Door de presentatie van de Peter Stuyvesant Collectie werd aan die nadelige dynamiek tegemoetgekomen. **De werknemer hoefde niet naar het museum, maar kreeg de kunst op de werkvloer voorgeschoteld om eraan te wennen tijdens het werk.** De waardering volgde vaak vanzelf.

De werken werden grotendeels hoog opgehangen zodat de werknemer naar boven moest kijken. Dat had praktische redenen, maar er gaat ook wel een bepaalde boodschap van uit. De arbeider kijkt op tegen de kunst die van boven voor hem is uitgezocht. Niet door de minsten overigens. Museumdirecteuren als Willem Sandberg, Wim Beeren en Edy de Wilde kozen werk van kunstenaars als Karel Appel, Pierre Alechinsky, Armando, Constant, Jonathan Lasker, Robert Mangold, A.R. Penck, Jan Schoonhoven, Daniel Spoerri en Peter Struycken.

De ontwikkeling van de Peter Stuyvesant Collectie doet denken aan de ontwikkeling van de auto. De eerste auto's leken ook erg op de koetsen die ze juist niet wilden zijn. In Zevenaar werden, door middel van de witte schotten, de context en functie van kunst vrij letterlijk vertaald van museummuur naar werkvloer. De kunst werd niet speciaal voor deze nieuwe ruimte ontwikkeld en de standaard kunstproductie (schilderij op canvas) bleef onaangetast. Hoewel er vooral abstracte werken met stevige kleurvlakken die op afstand goed zouden communiceren werden uitgezocht, sloot het werk bovenal goed aan bij wat de museumdirecteuren aankochten voor de eigen collecties.

Maar een koets is geen auto en een museum geen fabriekshal. Het is dus ook niet vreemd dat we vandaag de dag weinig schilderijen op witte schotten in fabriekshallen zien hangen. Bedrijfscollecties hebben zich verder ontwikkeld, fabrieken ook trouwens. In Zevenaar zocht men uiteindelijk naar andere manieren om mensen die niet per se affiniteit met kunst hadden in aanraking te brengen met moderne kunst, zoals met door kunstenaars bewerkte taxi's: Wim T. Schippers leverde een prachtige gedeukte Renault af. Het betrekken van het (werkend) publiek bij de kunst is nog steeds actueel. Dat geldt voor bedrijfscollecties, maar net zo goed voor het beleid van musea en fondsen.

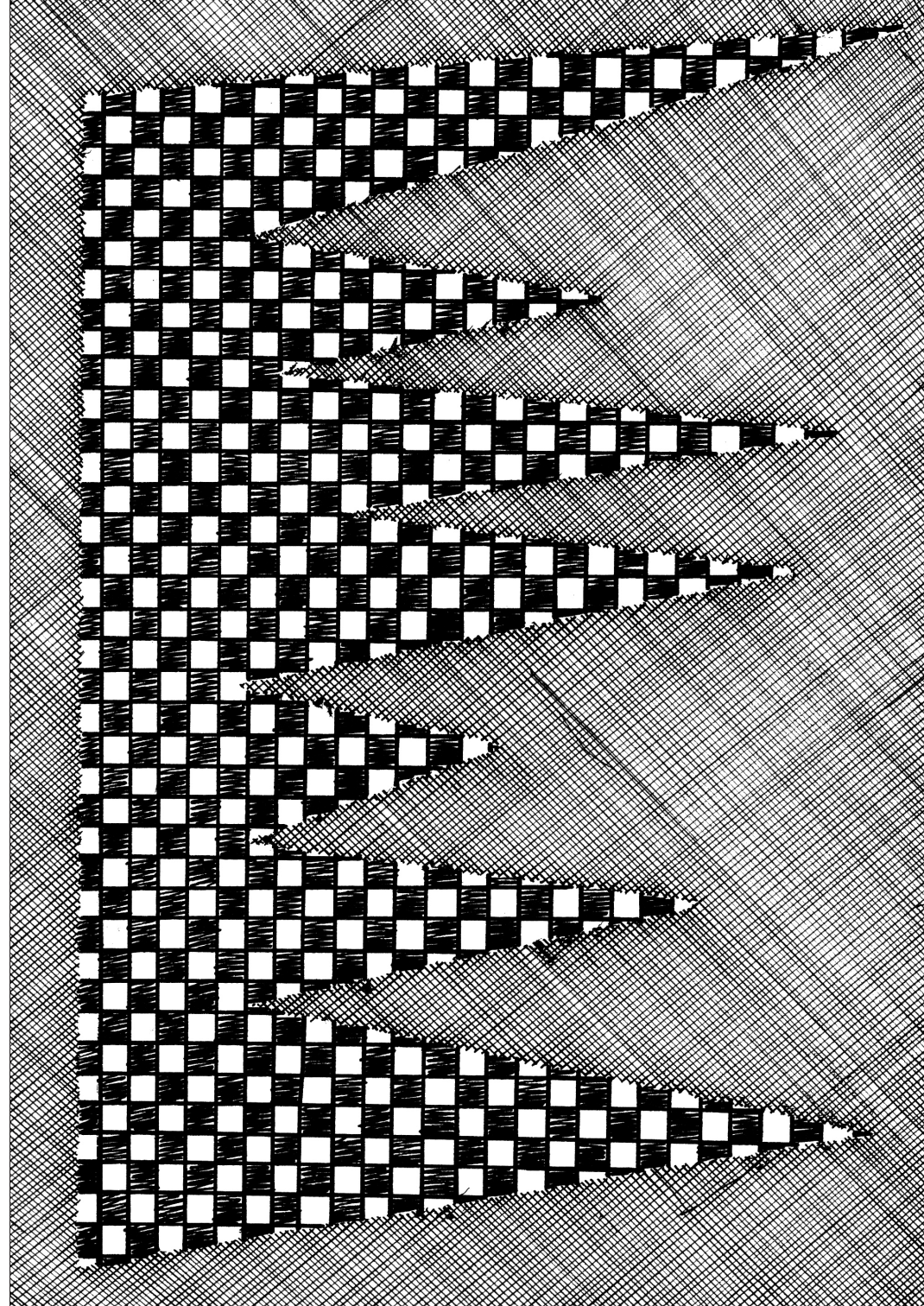
De huidige bedrijfscollectie verdiepen zich niet alleen in de kwaliteit van het werk, maar houden ook rekening met hoe het aansluit op de belevingswereld van de werknemer. **Er wordt minder dan vroeger verwacht dat de werknemer opkijkt, zowel letterlijk als figuurlijk.** Toch blijft de gedachte van verheffing altijd een beetje sluimeren op de achtergrond. Misschien is dat ook helemaal niet erg.

De vraag is hoe de kunst binnen een hedendaagse bedrijfscollectie zich verder zou kunnen ontwikkelen; wat is de dynamiek van de 'auto' als we eenmaal weten hoe hij zich onderscheidt van de koets? De werkplek als alternatieve plek voor de beleving van kunst blijft waardevol voor de werknemers die anno 2020 het museum niet regelmatig betreden. Kunst zelf blijft waardevol voor de ontwikkeling van werknemer en bedrijf.

Niet alleen de bedrijfscollectie, ook de praktijk van de kunstenaar is verder geëvolueerd. Het traditionele schilderij op doek of het beeld op een sokkel is niet langer de geijkte uitkomst van een artistiek proces. Ook is het inmiddels niet ongewoon dat kunstenaars ingrijpen in het werkproces of andere perspectieven op de werksituatie stimuleren. Welke beleving of vorm past bij de context en architectuur van de kantoortuin, fabriek of werkplaats anno 2020? Moet kunst hier verleiden en inspireren – of mag ze ook schuren, prikkelen en provoceren?

De bedrijfscollectie van 2020 is al veel verder dan die van 1960 en toch zijn er natuurlijk ook nog stappen te zetten. Dat geeft de bedrijfscollectie een heel eigen innovatieve waarde die bijdraagt aan de ontwikkeling van de kunst én aan de dynamiek van het bedrijfsleven.

Eelco van der Lingen is directeur van het Mondriaan Fonds. Voorheen werkte hij als conservator moderne en hedendaagse kunst in het Fries Museum in Leeuwarden. Van 2007 tot 2017 was hij directeur en curator van presentatie-instelling Nest in Den Haag. Daarnaast werkte hij onder meer als gastcurator, fondsadviseur en gastdocent.



De 'ivoren toren' is een traditioneel symbool voor de wetenschap – deze heeft een glanzend en ongenaakbaar uiterlijk en is ondoordringbaar voor oningewijden. Maar ook bedrijfscollecties waren lange tijd ivoren torens; of beter gezegd, torens van marmer. Voor het merendeel van hen gold dat verworven kunstwerken af en toe getoond werden aan het algemene publiek, via tentoonstellingen en catalogi. Maar de interne dynamiek die leidde tot de totstandkoming van de verzamelingen bleef onzichtbaar. De oprichting van de VBCN in 2005 was niet alleen belangrijk voor de uitwisseling tussen conservatoren van de aangesloten bedrijfscollecties. **Zij werd bovendien een vereniging die meer dan slechts de buitenkant van het fenomeen wilde laten zien aan anderen uit het bedrijfsleven en uit de kunstwereld.**

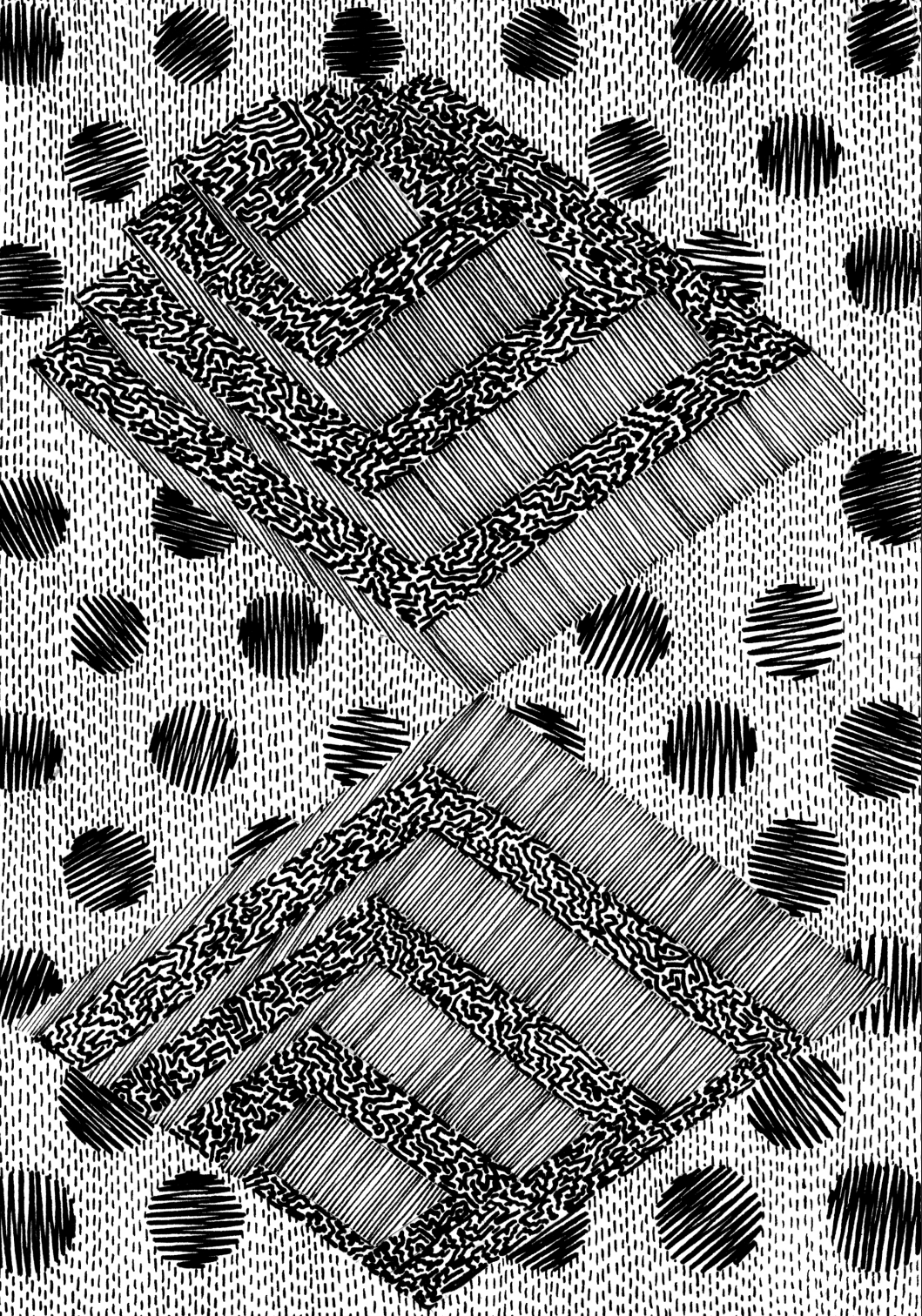
Ter voorbereiding van het eerste lustrum, in 2010, nodigde de VBCN daarom cultuurwetenschappers uit om de invloed van bedrijfscollecties in het kunstenveld te onderzoeken. In 2015 startte op initiatief van de Universiteit van Amsterdam, de VBCN, de Rijksdienst Cultureel Erfgoed en Stedelijk Museum Amsterdam een vierjarig onderzoeksproject naar de waarde van de bedrijfscollecties voor de 'bewoners' van de bedrijfspanden. Een ander oogmerk was om buitenstaanders beter te kunnen informeren over de bijdrage van bedrijfscollecties aan de wereld van kunst en cultuur.

Het project leidde voor alle betrokken partijen tot een 'blik van buiten' op het eigen functioneren. Dat gold ook voor ons, de drie toen aangetrokken wetenschappers. Het bleek dat wij bij het formuleren van vraag- en doelstellingen juist de blik van de conservatoren van de bedrijfscollecties nodig hadden: zij gaven ons inzicht in welke kwesties er spelen in het afstemmen van kunst op de behoeftes van de organisaties. Tegelijk probeerden wij de conservatoren een nieuwe blik op hun eigen praktijk te bieden.

Het ging daarbij niet alleen om een blik van buiten het bedrijf, maar ook om een perspectief dat buiten de grenzen van de kunst keek. **Vaak werd aangenomen dat kunst vanwege de artistieke kwaliteit effect zou hebben op de werkomgeving.** Ons onderzoek suggereerde echter dat zij binnen bedrijven ook als 'barometer' kan functioneren van zaken die op het eerste gezicht weinig met de kunst te maken hebben. **Wat werknemers vinden van kunst in hun werkomgeving informeert bijvoorbeeld ook over wat zij van hun werkgever vinden.** Via een perspectief 'van buiten' zien we dus de sociale relaties binnen de bedrijven weerspiegeld in de reacties op de kunst.

Tenslotte bleek uit het onderzoek dat bedrijfscollecties vooruitstrevender aankopen dan algemeen in de kunstwereld werd aangenomen. Het bleken juist vaak bedrijven met een kunstverzameling die nog relatief onbekende kunstenaars aankopen en daarmee een belangrijke bijdrage leveren aan de start van hun carrière. De 'blik van buiten' leverde ons als wetenschappers nieuwe inzichten op in de functies van cultuur en de dynamiek van de kunstmarkt; dit perspectief stimuleerde de VBCN om verder naar buiten te treden, en zo de ivoren toren te verlaten en de maatschappelijke plaats in te nemen die haar toekomt.

Arnold Witte is als kunsthistoricus gespecialiseerd in institutionele patronage in de beeldende kunsten, en werkt als universitair hoofddocent Cultuurbeleid aan de Universiteit van Amsterdam. Hij doet onderzoek naar zowel Italiaans als Nederlands opdrachtgeverschap, en publiceerde in 2009 in samenwerking met de VBCN de bundel *Bedrijfscollecties in Nederland* (NAi).



Wie nou wel eens wil weten wat de betekenis van bedrijfscollecties is, en in het bijzonder voor kunstenaars en galeries, lijkt op de website van de VBCN een passend antwoord te krijgen. Onder het kopje 'Feiten en Cijfers' wordt elke twijfel onderuitgehaald. De klinkende cijfers tonen het aan: bedrijfscollecties vormen een essentieel, dynamisch en levendig onderdeel van de kunstwereld. Aanvullend wetenschappelijk onderzoek blijkt het te bevestigen.

Natuurlijk doen feiten en cijfers ertoe. Maar ze vertellen niet alles. Zoals kunst een verhaal vertelt dat aan de woorden voorbijgaat, zo reikt het belang van bedrijfscollecties verder dan wat de cijfers zeggen. Toen ik als adviseur werkte voor een bedrijfscollectie vroegen collega's of ik het goed vond als in een van de magazines van de organisatie een tegoedbon zou komen voor een rondleiding langs de kunstcollectie in het hoofdgebouw. Men ging uit van niet meer dan 175 belangstellenden. Het bleken er meer dan 2500. Dat betekende dat ik met een heel team van rondleiders lezingen en rondleidingen gaf van 's morgens vroeg tot 's avonds laat. Een enkeling kwam uit louter nieuwsgierigheid: eindelijk een kans om te zien hoe de binnenkant van een financieel bolwerk aan de Zuidas eruitziet. Sommigen meldden zich uit belangstelling voor de architectuur van het bankgebouw. Maar de meeste bezoekers toonden zich gretig om de kunstwerken te zien en erover te horen, verzameld in een voor hen nieuw en verrassend verband, anders dan men uit de musea kent. Konden we niet gewoon altijd open zijn voor publiek?

In bedrijfscollecties zit altijd iets van de ziel van het bedrijf, een vorm van corporate identity. Ze scheppen een persoonlijk universum, net als een particuliere collectie doet. Dat is anders dan het kunsthistorisch perspectief van museumcollecties. Voor kunstenaars betekent het dat hun werk wordt opgenomen in een andere context. Wat kunst te zeggen heeft is een verhaal

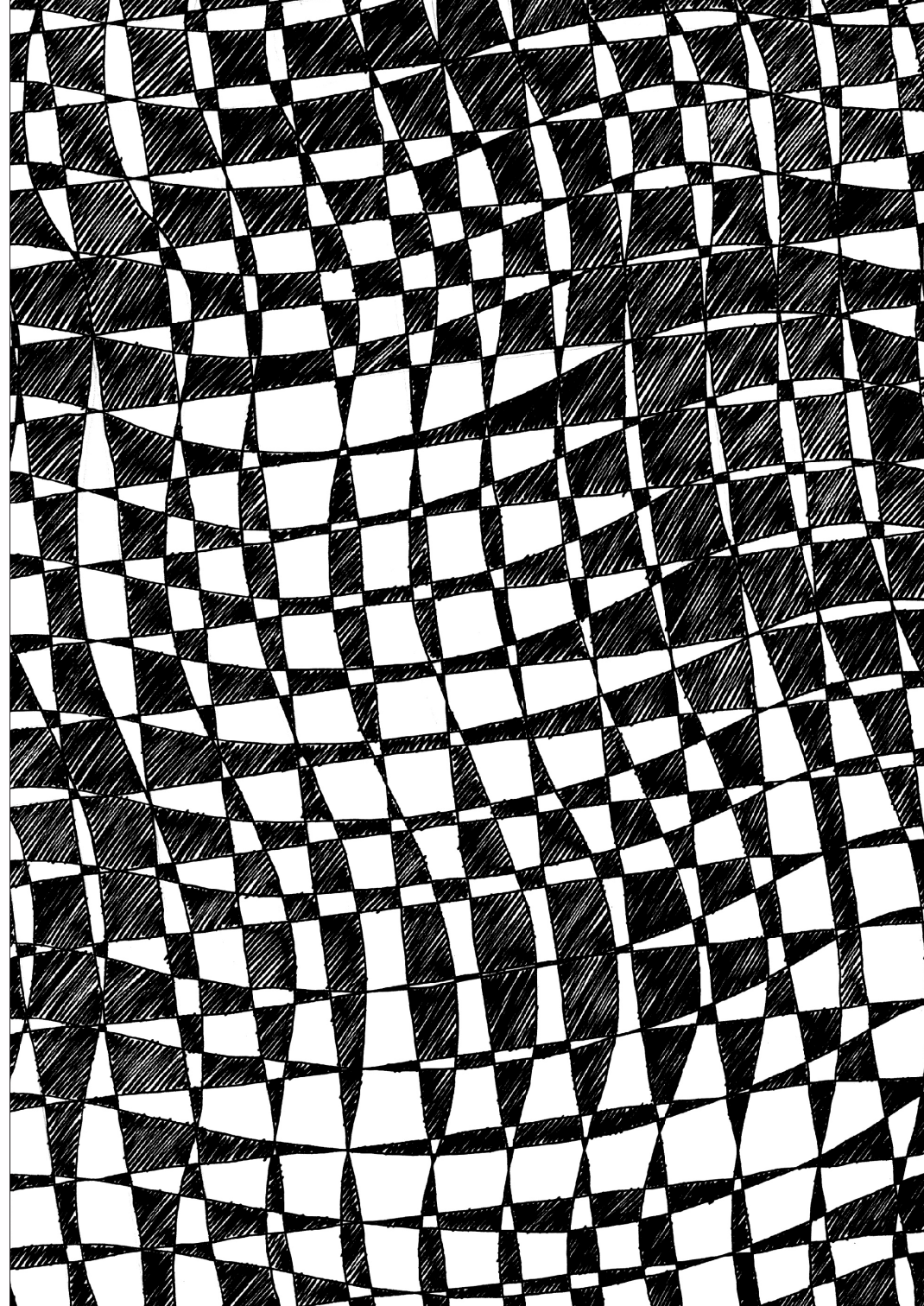
dat zich buiten het atelier verder ontwikkelt, langs verschillende wegen. De bedrijfscollectie is er daar een van, en niet de minste.

De kunst in een bedrijfscollectie doet wat alle kunst doet. Ze spant een koord tussen jou en de ander, tussen jou en de wereld, zonder woorden en niet te vangen in cijfers: een nieuw en betekenisvol verband. **De verbeelding wordt in gang gezet, gedachten, ideeën, herkenning, twijfel, boosheid zelfs of onzekerheid.** Ramsey Nasr schreef in april dit jaar in *NRC Handelsblad* over de kunst: 'Kunst toont ons hoe complex de wereld is, maakt die niet gemakkelijker maar gelaagder en meerduidiger, ze doet ons twijfelen aan onze waarheden, ontregelt in plaats van pasklare antwoorden te bieden, en gedijt veeleer op een gevoel van vervreemding dan op bevestiging. Kunst biedt geen zekerheid.'

Toen ik door de VBCN uitgenodigd werd om een tekst te schrijven over het belang van bedrijfscollecties voor kunstenaars en galleries, was het coronavirus net doorgedrongen tot Nederland. Het virus en de noodzakelijke lockdown die erop volgde, dwongen tot een antwoord juist vanuit dat idee van het gebrek aan zekerheid. **Het virus opent als het ware een nieuw perspectief.**

Kunst helpt ons het heden te ervaren, niet als iets waar we alleen maar zo snel mogelijk aan moeten ontsnappen, maar juist om dat heden te heroverwegen, en een eigen plek te geven in de tussenruimte tussen verleden en toekomst. Het belang van bedrijfscollecties voor kunstenaars en galleries is juist dat ze door kunst in huis te halen het niet laten bij goede bedoelingen maar daadwerkelijk hun steun uitspreken voor die complexiteit en onzekerheid, voor menselijkheid. Dat zegt meer dan feiten en cijfers.

Pietje Tegenbosch is kunsthistoricus en kunstcriticus. In haar hoedanigheid als curator van de Stichting Kunst & Historisch Bezit ABN AMBRO was ze betrokken bij de oprichting van de VBCN. Sinds 2009 runt Tegenbosch, samen met partner Martin van Vreden, galerie tegenboschvanvreden in Amsterdam.



Bedrijfscollecties zijn van oudsher belangrijk voor de ontwikkeling van de professionele praktijk van jonge kunstenaars. Elke kunstenaar zal zich de eerste 'echte' verkoop nog kunnen herinneren. Zowel in mijn rol als directeur bij De Ateliers als in mijn ervaringen in het verleden als galeriemedewerker bij Fons Welters kwam het regelmatig voor dat een avontuurlijke bedrijfscollectie de carrière van een beginnend kunstenaar de eerste slinger gaf.

Omdat de kunstcollecties van bedrijven vaak buiten het blikveld van het bredere publiek liggen wil ik de rol van de curator van de collectie benoemen: doorgaans zijn zij buitengewoon betrokken, uitstekend geïnformeerd en net als de privéverzamelaar of museumconservator inhoudelijke gesprekspartners van de kunstenaars die ze verzamelen. Ik heb de indruk dat het woord 'bedrijfscollectie', dat weliswaar de lading van de activiteit dekt, tegelijk een zakelijke afstandelijkheid suggereert die slecht te rijmen is met **de passie van de mensen die kunst verzamelen voor een bedrijf.**

In sommige gevallen wordt er binnen bedrijven met meer visie verzameld dan binnen musea, terwijl doorgaans de budgetten niet spectaculair groter zijn. Net als in de meeste musea is voor bedrijfscollecties een aankoop van een kunstwerk van boven de 10 duizend euro een uitzondering en boven de 20 duizend euro een zeldzaamheid. Die financiële kaders zorgen er onder andere voor dat werk van (relatief) jonge kunstenaars in beeld komt, omdat hun werk betaalbaar is.

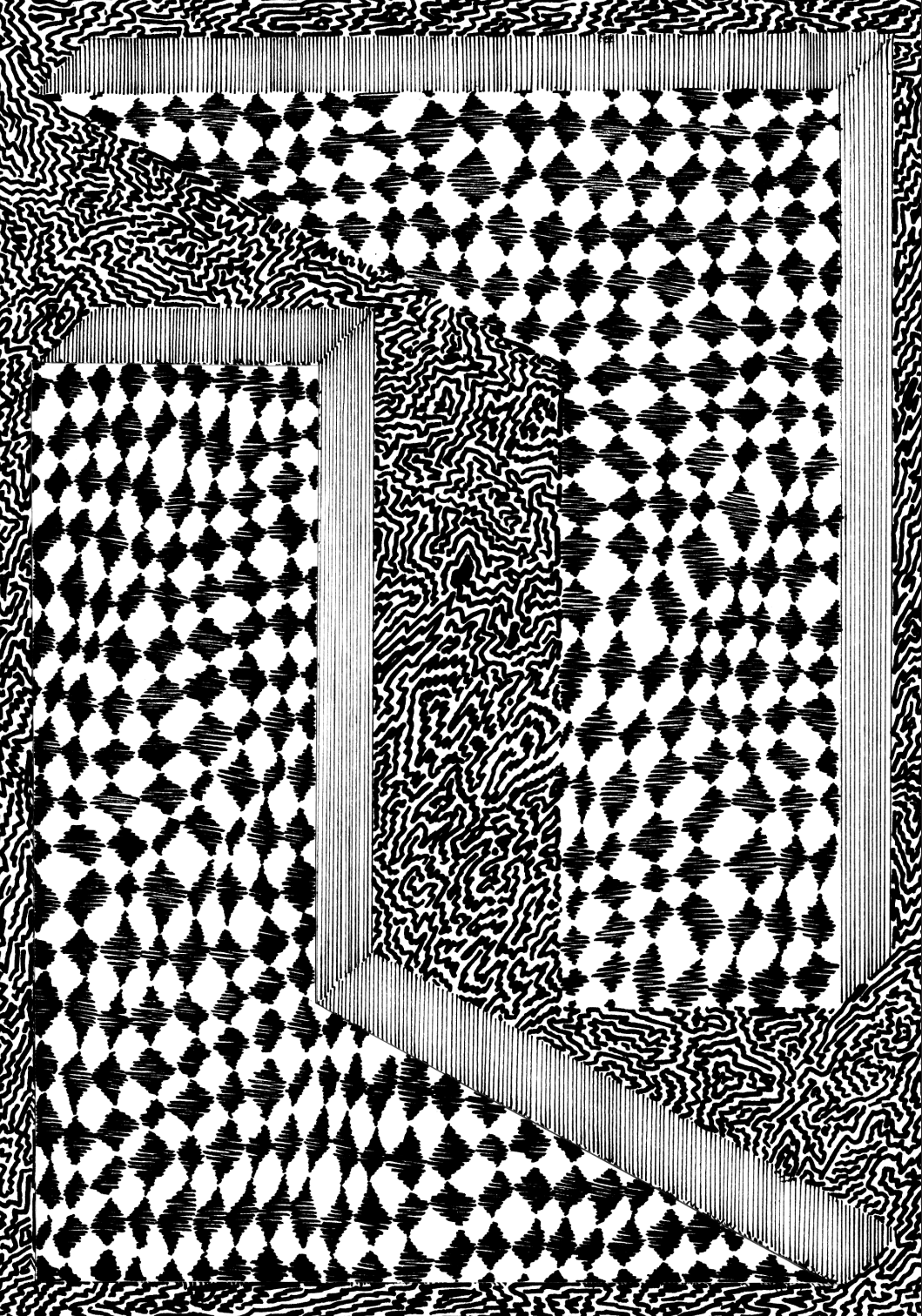
Voor de meeste kunstenaars die een werkperiode hebben bij De Ateliers is de Offspring-tentoonstelling, die het einde van hun werkperiode markeert, de eerste gelegenheid om vanuit een tentoonstelling een kunstwerk te verkopen. **De tentoonstelling wordt door menig VBCN-lid met rood omcirkeld**

in de agenda. Net als de Open Studio-dagen van collega-postacademie de Rijksakademie is Offspring bij De Ateliers een gelegenheid voor verzamelaars om jonge kunst van hoge kwaliteit te zien, en aan te kopen. Vaak is zo'n aankoop nog mogelijk zonder tussenkomst van een galerie, waardoor de prijzen lager liggen.

Voor menig kunstenaar is zo'n verkoop van cruciaal belang: op de korte termijn betekent het een financiële basis om de onzekere maanden na het instituut te overbruggen. **Belangrijker is de symboliek van de officiële waardering** – die de interesse in het werk verder omhoogstuwt – en de wetenschap dat je kunst goed terecht komt, in een context waar bijvoorbeeld het afstoten van kunst zeldzaam is.

De professionalisering van de bedrijfscollecties in de afgelopen decennia, en de ontwikkelingen die zij doormaken op het gebied van ontsluiten en presenteren, waarmee werk zichtbaar wordt gemaakt en onderdeel wordt van meer publieke discourses, maken dit type verzamelaar voor een jonge kunstenaar tot een waardevolle partij. Het zou mooi zijn als nu alleen nog de kunstbudgetten van bedrijven minder crisisafhankelijk werden.

Xander Karskens is kunsthistoricus en curator, en directeur van De Ateliers in Amsterdam. Karskens was eerder artistiek directeur van het Cobra Museum voor Moderne Kunst in Amstelveen (2016-2018). Daarvoor was hij tien jaar lang conservator hedendaagse kunst bij Frans Hals Museum | De Hallen Haarlem, waar hij werkte aan de tentoonstellingen en collecties.



Naar verluidt werd de curator geboren ergens in de jaren 60 van de vorige eeuw, in het westen van Zwitserland. Voor die tijd waren het kunsthistorici en conservatoren die de dienst uitmaakten. Zij werkten in musea, kenden de geschiedenis en droegen zorg voor de kunst. Maar hoe zij tot die tijd kunstwerken voor tentoonstellingen selecteerden is onduidelijk. Dat werd de voornaamste rol van de curator: 'selecteren'. En met 'samenbrengen' is dat het nog steeds.

Elk museum kent nog steeds kunsthistorici, conservatoren en directeuren – naast suppoosten, baliemedewerkers en art handlers. Maar curatoren geven vorm aan de woorden en de dingen in de kunst. Zij spreken over kunstenaars en schrijven over kunstwerken. Zij zijn de hedendaagse auteurs van de (kunst)geschiedenis en geven deze vorm middels tentoonstellingen en (bedrijfs)collecties. De curator is onderdeel van een complex netwerk aan individuen en instellingen – groter en kleiner – waar zowel het kunstwerk als de kunstenaar en ook (bedrijfs)collecties deel van uit maken. Elke bedrijfscollectie heeft een curator – soms zelfs meerdere. Zij selecteren de werken die zij relevant achten voor de collectie. Zij selecteren wat erbij komt; ze selecteren wat er wordt afgestoten.

Maar een curator is ook maar een mens. Met evenveel kennis als beperkingen en een eigen palet aan smaak, affiniteiten en voorkeur. In deze postmoderne tijd waarin we niet meer geloven in Grote Verhalen, is een persoonlijke visie te meer relevant, maar ook het besef dat het slechts een verhaal is onder gelijken. Daarom is ook meerstemmigheid en multiperspectiviteit relevant. Om de eigen kennis en mogelijkheden aan te vullen; andere ideeën in te brengen; extern te reflecteren; en zienswijzen toe te voegen. Dit is een van de taken van freelance curatoren. Vanuit hun persoonlijke voorkeuren, autonome onderzoek en eigen perspectieven kijken zij van buitenaf naar het reeds bestaande.

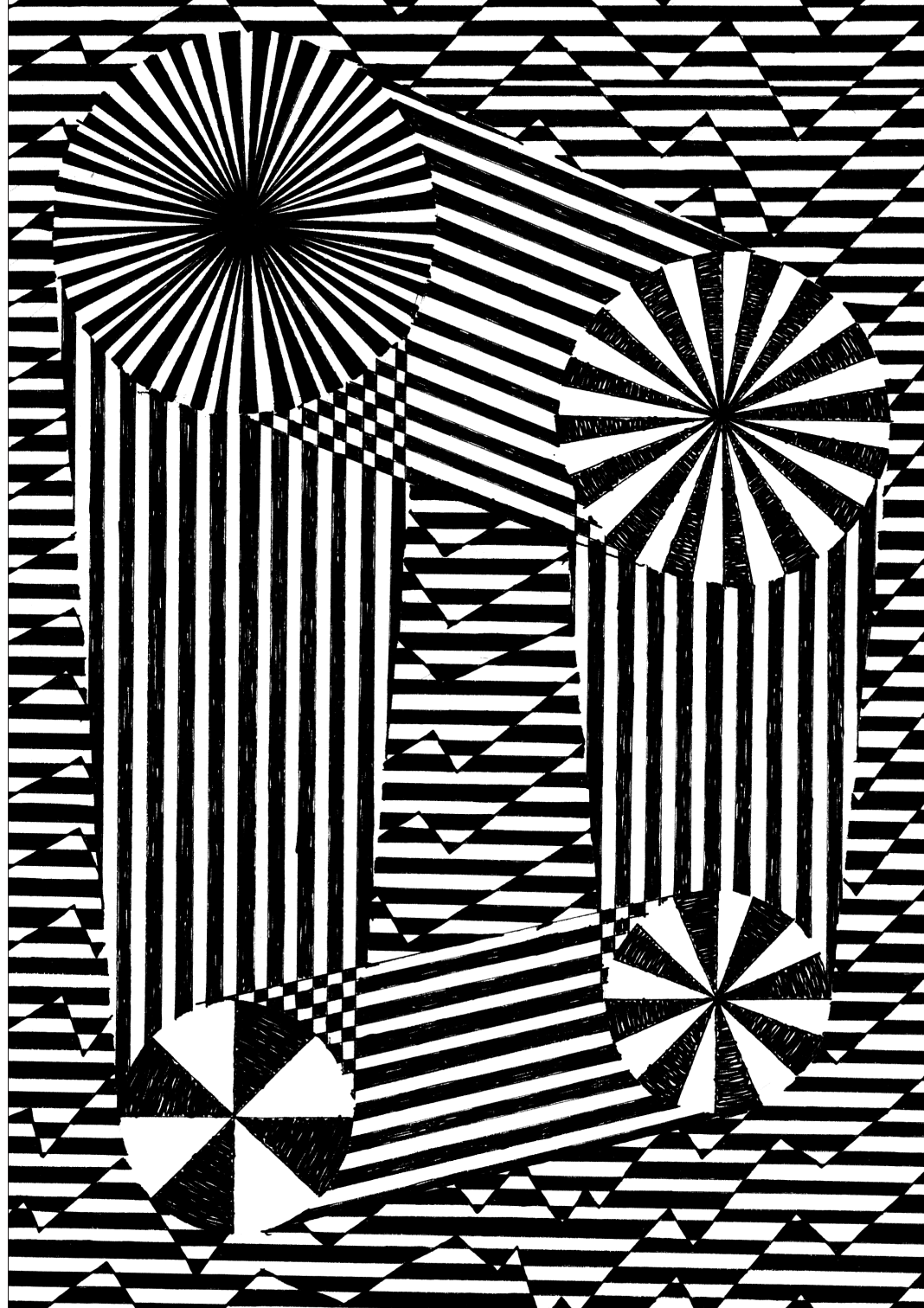
Dat is precies de reden dat een open call zoals de tweejaarlijkse VBCN OPEN van grote waarde is. Op deze manier geven de aangesloten collecties de mogelijkheid om vanuit een autonoom perspectief een licht te werpen op wat er bestaat en wat er nog meer zou kunnen. Vanuit die gedachte werd tijdens VBCN OPEN 1 een medium (performance) belicht dat zo goed als geheel afwezig is in bedrijfscollecties; reflecteerden Alix de Massiac en ik tijdens VBCN OPEN 2 op het type aankopen binnen collecties met referentie naar getalmatige perceptie van de kunst en statistiek; en werd tijdens de derde VBCN OPEN ingegaan op de manier waarop kunstwerken binnen bedrijven en het dagelijks leven van de werknemers functioneren.

Het mes van zo'n open call snijdt aan twee kanten. Want het externe perspectief verrijkt de kijk op een collectie evenzeer als dat de (bedrijfs)collecties hier een significant podium aan jonge curatoren bieden. Dat podium is de waardevolle mogelijkheid voor curatoren nieuwe ideeën te ontwikkelen in relatie tot de bestaande rijkdom – en daaraan iets toe te voegen. Een conversatie, een wisselwerking en een nieuwe selectie. Zoals de VBCN verschillende bedrijfscollecties samenbrengt; faciliteert VBCN OPEN die urgente samenvoeging van meerdere stemmen en perspectieven: win-win.

Sinds 2012/2013 bestaat de driejaarlijkse curatorenprijs VBCN OPEN. Via een open call worden tentoonstellers uitgenodigd om vernieuwende voorstellen in te dienen voor een expositie met of over bedrijfscollecties. Bedrijven die aangesloten zijn bij de vereniging stellen hun kunstcollecties hiervoor open, bovendien wordt er een productiebudget beschikbaar gesteld.

Er hebben inmiddels drie edities plaatsgevonden. Bij de eerste editie onderzochten Hendrik Folkerts en Claire van Els met hun performance project Time Deposits de rol van hedendaagse performance-kunst in bedrijfsruimtes. Vincent van Velsen en Alix de Massiac wonnen de tweede editie met VBCN 10 jaar jong. Zij presenteerden op basis van statistieken een dwarsdoorsnede van de ontwikkelingen binnen de bedrijfscollecties. De derde editie werd gewonnen door Mels Evers en Hélène Webers. Voor hun tentoonstelling RE:Collecting zochten zij naar verborgen verhalen uit bedrijfscollecties, wat resulteerde in zowel nieuwe als bestaande kunstwerken.

Vincent van Velsen is freelance curator en won samen met Alix de Massiac de tweede editie van de VBCN OPEN (2014). Hij is bijdragend redacteur bij Metropolis M, was resident aan de Jan Van Eyck Academie en als gastresident verbonden aan de Rijksakademie. Van Velsen is adviseur bij het Mondriaan Fonds, lid van het Stadscuratorium Amsterdam (SCA) en bestuurslid bij De Appel.



De monumentale kleurrijke muurschildering die ik in 2006 maakte in het centrale trappenhuis van de Nederlandse ambassade in Jakarta vormt een van de hoogtepunten uit mijn loopbaan. Het was een unieke ervaring, door de overweldigende schaal (20 bij 15 meter), de vier weken durende werkperiode in Jakarta en de mogelijkheid om als kunstenaar met een Indische achtergrond op deze plek een kunstwerk te maken dat een artistieke brug slaat tussen Nederland en Indonesië. Toen ik elf jaar later benaderd werd met de vraag of ik interesse had een nieuwe muurschildering te maken voor deze ambassade, hoefde ik dan ook niet lang na te denken.

De ambassade werd in 2017 geheel gerenoveerd, en kreeg daarbij een nieuwe open structuur waardoor het trappenhuis – en daarmee mijn oude schildering – in een open verbinding met de kantoren kwam te staan. Door de zeshoekige architectuur van de ambassade ‘plooiën’ de kantoren zich om het centrale trappenhuis. De nieuwe schildering zou, verspreid over drie verdiepingen, op deze gevouwen muren terechtkomen, per verdieping zo’n 30 meter lang. Daarmee zou het nieuwe werk zich aan de achterkant van het werk uit 2006 bevinden, waarbij die elkaar op sommige plekken zouden aanraken zoals een jas en een voering.

De uitdaging om de schilderijen samen te brengen met een tijdsprong van meer dan tien jaar gaf deze nieuwe opdracht een bijzondere extra dimensie; binnen zowel mijn artistieke ontwikkeling als in mijn persoonlijk leven is veel gebeurd in de tussenliggende jaren. In een nieuw kunstwerk reflecteren op een ouder kunstwerk bood me de kans om de inhoudelijke lijnen en motieven die ik destijds had ingezet vanuit een nieuw perspectief te belichten.

Indonesische batikmotieven spelen in beide schilderijen een belangrijke rol. In de schildering uit 2006 slingeren lianen zich een weg over de muur vanuit een hartvormige kern die uit batikpatronen is opgebouwd. Die lianen monden uit in grote wilde tulpen. Ik had die patronen toen bewust ingezet als cultureel toegeëigende, geciteerde, elementen, naast bijvoorbeeld de bloemen en portretten van Indonesische vrouwen. In de nieuwe schildering zijn de batikmotieven samengesmolten tot zelfstandige sculpturale vormen in verschillende kleurstellingen. Het idee van gemengde culturen benader ik op die manier letterlijker dan voorheen.

De kleuren zijn in beide muurschilderingen uitgesproken: motieven in rood, geel en verschillende huidskleuren herhalen zich in de schildering uit 2019 op gekleurde ondergronden. Ze sluiten aan op de kleurrijke wilde tulpen, portretten en slingerende lianen uit 2006.

De schilderijen samen bieden een nieuwe blik op het gebouw en maken een nieuwe interpretatie van de architectuur mogelijk. **Ze vullen elkaar aan, zoomen in en uit zoals binnen de scenografie van een film, en vormen daarbij samen een nieuw verhaal.** Het was een uitzonderlijke kans voor mij om een schilderkundig statement van monumentale proporties neer te zetten. Iemand grapte eens dat ik als het ware mijn eigen privémuseum heb in Jakarta. **Maar stiekem is dat een beetje waar en dat is mogelijk gemaakt door een bedrijfscollectie.** Nergens anders ter wereld is mijn werk op een dergelijke schaal permanent zichtbaar.

Bekijk de The Jakarta Murals op: <https://tinyurl.com/yydjm5kw>

Hadassah Emmerich is beeldend kunstenaar. Ze studeerde in Maastricht, Antwerpen en Londen. Emmerich verbleef in kunstenaarsresidencies in onder andere Berlijn, Antwerpen en op Curaçao. Haar kunst is te vinden in diverse museumcollecties en in nationale en internationale privé- en bedrijfscollecties.



Toen de conservator van een Nederlandse bedrijfscollectie op een zomerse middag Museum Kranenburgh in Bergen binnenliep, trof haar een portret door Leo Gestel in de collectiepresentatie van het museum. Ze zag meteen de stijlverwantschap met een werk van schilder Leo Gestel uit 'haar' bedrijfscollectie. Gestel was de voorman van de Bergense School; hij woonde en werkte op een paar passen afstand van het latere museum. En dat zette haar aan het denken. **Zou het wellicht goed zijn om het verwante schilderij in Museum Kranenburgh onder te brengen?** En zo geschiedde. Sinds 2017 heeft het museum het kleurrijke schilderij *Portret van een vrouw* (1913) in bruikleen.

Aan deze ingeving ligt een uitdagende vraag ten grondslag. Waar hoort kunst uit een bedrijfscollectie het meeste thuis? In de bedrijfspanden, zul je meteen zeggen, in dialoog met de bedrijfscultuur en met de mensen die er werken. **Kunst in bedrijven trekt de aandacht, is daar letterlijk een oriëntatiepunt en onderwerp van discussie voor medewerkers en bezoekers, voorbij alleen het functionele.**

En toch, alweer bijna tien jaar geleden vroeg toenmalig Tate Modern directeur Chris Dercon bij de opening van de Caldic collectiepresentatie in Kunsthall Rotterdam zich openlijk af of bedrijfsverzamelingen uiteindelijk niet ondergebracht zouden moeten worden bij de bestaande musea. Ontsluit het voor een breder publiek en bouw mee aan de culturele bloei van de gemeenschap, was toen zijn pleidooi.

Zo is het niet helemaal gelopen. De kunstwereld is exponentieel groter geworden en verspreid over meerdere media. Veel bedrijfscollecties hebben eigen presentatieruimtes ingericht, waarin overzichten van hun collecties worden getoond en individuele kunstenaars worden uitgelicht. Bedrijfseige-

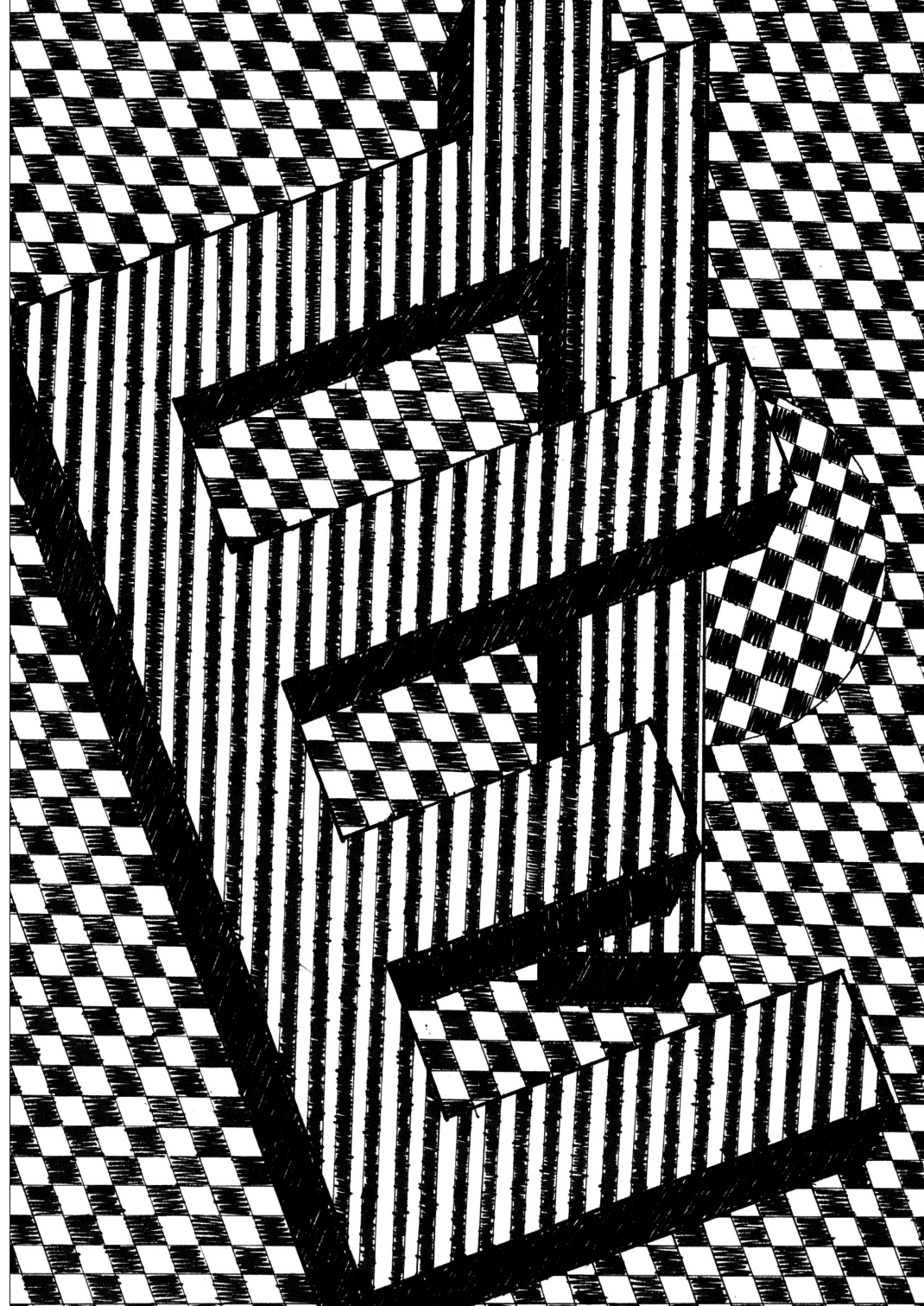
naren hebben de afgelopen jaren privé-musea gebouwd; LAM Lisse, Voorlinden en Museum More zijn daar inspirerende voorbeelden van. En publieke musea zijn inmiddels meer dan alleen een plaats om een openbare verzameling te tonen. Musea ontwikkelen zich in rap tempo tot platforms waar de kunst het gesprek over de samenleving van vandaag voedt en inspireert.

Het werk van Leo Gestel is precies op zijn plek in het museum in Bergen. Uit kunsthistorisch onderzoek bleek dat het werk van Gestel behoorde tot de oorspronkelijke verzameling van Piet Boendermaker, de grote mecenas van de Bergense School. Boendermaker kocht het werk vrijwel zeker recht uit de handen van de kunstenaar met wie hij goed bevriend was geraakt. Het schilderij is nu weer 'thuis'.

Toen de jonge schilder Leo Gestel meer dan honderd jaar geleden de blik vooruit richtte, verlegde hij met zijn Bergense schildercollega's de loop van de kunst. Ze waren jong, ze wilden het anders, en ze besloten nieuwe wegen in te slaan. **Gestel schilderde de vrouw met bloemen op haar hoed zwierig, snel, bijna onaf maar wel degelijk gesigineerd, als pleidooi voor het veranderen van opvattingen.** Dat inzicht van toen kunnen we in een museum van nu delen dankzij een bedrijfscollectie. Het doorgeven van het schilderij van Leo Gestel sluit aan bij het overkoepelende idee van een gedeeld kunstbezit.

Bekijk het schilderij van Leo Gestel op de website van Museum Kranenburgh
<https://tinyurl.com/yyk462bs>

Mariette Dölle is directeur van Museum Kranenburgh in Bergen. Eerder was zij artistiek en zakelijk directeur van TENT in Rotterdam. Dölle is regelmatig jurylid, bijvoorbeeld van de Prix de Rome in 2017 en de Gerrit Bennerprijs 2019.



NAWOORD

30 Toen een vriend van mij aan de Gerrit Rietveld Academie studeerde, keek hij tijdens de lessen geregeld naar buiten. Het Rietveldgebouw heeft mooie grote ramen en vanuit het lokaal waar hij de meeste tijd doorbracht had hij perfect zicht op de burens. **Naast de levendige campus van de kunstacademie staat een modern met natuursteen bekleed kantoorgebouw vol mensen achter computers.**

Mijn vriend raakte gefascineerd door deze kantooarmensen, zo vertelde hij mij: wat doen ze daar toch de hele dag? Hij begreep dat zij mogelijk ook met verbazing naar hem keken: want wat doen die (aankomend) kunstenaars toch de hele dag? Hij overwoog een kunstwerk voor de burens te maken, misschien iets op het raam te hangen. Maar hij wist niet wat. En hij twijfelde, het zou de burens waarschijnlijk niet eens opvallen in de wat chaotische aanblik van het hele kunstacademiegebouw. **Uiteindelijk bleef het een fantasie.**

In deze publicatie las ik over de momenten waarop die werelden van kunst en bedrijf elkaar wél raken. Niet als burens, maar als huisgenoten. Want dat gebeurt, zo blijkt, al een hele tijd. Niet alleen in kantoorkolossen zoals die naast de kunstacademie, ook in bibliotheken, universiteiten, ziekenhuizen. Kunstwerken dringen binnen, raken de ziel van een organisatie. Kunstenaars en tentoonstellers infiltreren in bestuurskamers en worden uitgenodigd op de werkvloer.

Ook ik heb een aantal grote bedrijven via hun kunstcollectie leren kennen, het was bijzonder hoe deze 'marmeren torens' zich openvoedden. De tourniquets en het systeem met identificatiepasjes, zijn onbekend en spannend terrein voor wie het niet gewend is. **Een grote organisatie kan voelen als een log schip, maar door de kunstwereld blijken bedrijven snel en behendig te varen.**

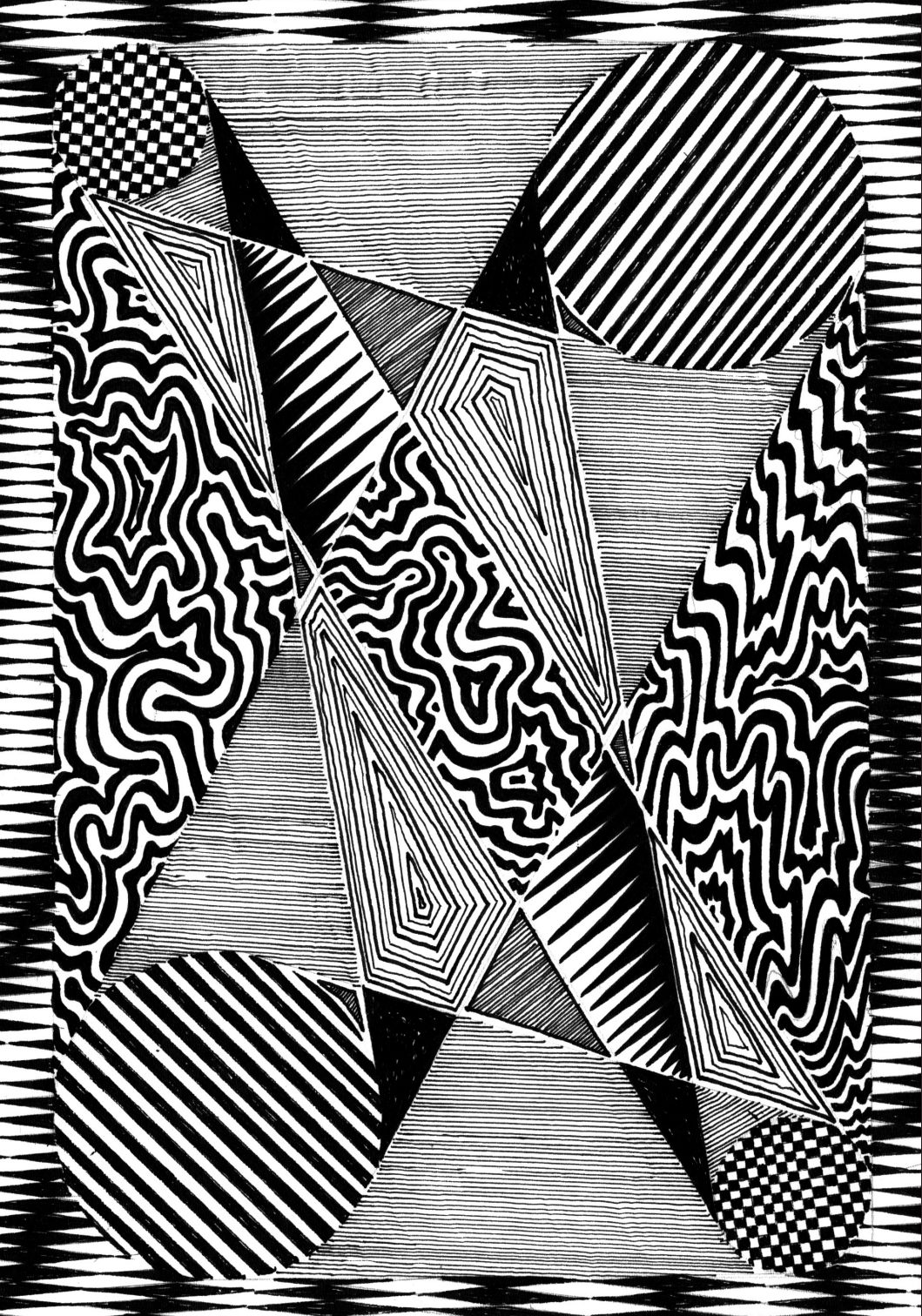
Ze staan vooraan als jong talent zich aandient. Kunst in bedrijfscollecties zit niet ingeklemd tussen systeemplafonds en tapijttegels, een kunstwerk kan deel zijn van het gebouw en ook vaste gast worden in een museumcollectie.

De mensen die beslissen over welke kunst in een bedrijf past zijn met de tijd veranderd. Waar het eerst ging om bijvoorbeeld het bevestigen van het juiste schilderij aan de juiste muur spelen nu andere overwegingen, zoals de maatschappelijke betrokkenheid van de organisatie in de ondersteuning van jonge kunstenaars.

Nu ik er nog eens over nadenk. Eigenlijk had mijn vriend een heel simpele boodschap op het raam kunnen plakken, die past op vierentwintig A4'tjes: 'START EEN BEDRIJFSCOLLECTIE'. Hij had het een paar dagen kunnen laten hangen om daarna dat stapeltje A4'tjes aan het kantoor te schenken: voilà, is die collectie meteen gestart.

31

Anna van Leeuwen is freelance kunstjournalist en schrijft vooral voor *de Volkskrant*. Eerder was Van Leeuwen hoofdredacteur van het tijdschrift *Kunstbeeld* en bestuurslid van de Nederlandse tak van de International Association of Art Critics. Haar eigen bedrijfscollectie heeft nog een zeer bescheiden omvang.



COLOFON

VBCN VIEW

Deze lustrumpublicatie is gerealiseerd in opdracht van de Vereniging Bedrijfscollecties Nederland (VBCN). Deze markeert het 15-jarig bestaan van de Vereniging.

De VBCN dankt in het bijzonder:

Auteurs: Anne Clement van Vugt, Mariette Dölle, Hadassah Emmerich, Xander Karskens, Anna van Leeuwen, Eelco van der Lingen, Pietje Tegenbosch, Vincent van Velsen, Arnold Witte.

Kunstenaar: Koen Taselaar

Hun bijdragen hebben de realisatie mogelijk gemaakt.

Concept/Redactie: Het VBCN bestuur, met name: Jorien Ceelen, Anne Clement van Vugt, Els Drummen.

Engelse vertaling: Alana Gillespie – The Editory
Eindredactie: Anja van Leeuwen (totaal), Sanne Huisman (tekst Aan het plafond of op de werkvloer)

Ontwerp: HouseTMM
Productie: Jorien Ceelen
Druk en binding: Zwaan Lenoir

<https://vbcn.nl>

Uitgave Lustrum Publicatie 15 jaar VBCN,
Vereniging Bedrijfscollecties Nederland

ISBN 978-90-9083950-4

© 2020: VBCN, auteurs, Koen Taselaar, HouseTMM,
Zwaan Lenoir

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced or transmitted in any form or by any means without prior written permission of the board of the VBCN.

EN

- 35 Introduction, An outside perspective, Anne Clement van Vugt
- 39 From ceiling to factory floor, Eelco van der Lingen
- 42 Beyond the ivory tower, Arnold Witte
- 45 More than facts and figures, Pietje Tegenbosch
- 48 The first 'real' sale, Xander Karskens
- 51 Win-win, Vincent van Velsen
- 54 The Jakarta Murals, Hadassah Emmerich
- 57 Shared ownership of art, Mariette Dölle
- 60 Afterword, A very simple message, Anna van Leeuwen

AN OUTSIDE
PERSPECTIVE

ANNE CLEMENT
VAN VUGT

INTRODUCTION

35

This publication marks the 15-year anniversary of the Netherlands Association of Corporate Art Collections (in Dutch: Vereniging Bedrijfscollecties Nederland, VBCN). The VBCN first began as an unofficial network of corporate art collection curators eager to exchange knowledge and expertise about their professional practice with other specialists. Today, the VBCN is an official non-profit knowledge network for Dutch businesses, public and semi-public institutions with a policy of building an art collection. The association also initiates debate and research. The concept of 'corporate art collections' is broad. The fifty members of the VBCN represent profit and non-profit organisations, from financial institutions, umbrella organisations, ministries, provinces, universities, and healthcare institutions.

Recent research has shown that the VBCN has become 'a distinctive player in the world of culture' over the years. Much is already known about the insider view of what art means to the organisations with a collection and the employees who see it. This anniversary issue presents an outside perspective, which represents a deep contrast with our previous publications, *Bedrijfscollecties in Ned-*

erland (2009) and the exhibition catalogue *Out of Office* (2018). In the following pages, eight authors, each with their own professional expertise, engage with the topic of the social and cultural importance of corporate art collections and the VBCN. Artist Koen Taselaar created unique drawings.

In *From ceiling to factory floor*, Eelco van der Lingen, director of the Mondriaan Fund, introduces the history and significance of corporate art collections in culture and the business world. He takes the reader through the changes that so-called corporate art collections have undergone since the mid-20th century. Professor Arnold Witte writes about his research into Dutch corporate art collections in *Beyond the ivory tower*. Gallery owner Pietje Tegenbosch shares her vision on the importance of corporate art collections in *More than facts and figures*, and as the title suggests, it's not all about the numbers. Xander Karskens, director of the post-graduate institute De Ateliers, underscores how meaningful corporate art collections can be in the development of young artists' professional practice in *The first 'real' sale*. Curator Vincent van Velsen, co-winner of the second edition of the VBCN Open, discusses how VBCN has helped encourage both new exhibition concepts and talented curators who are up and coming in *Win-win*. Hadassah Emmerich writes in *The Jakarta Murals* about her experience of being asked to make an artwork for a corporate art collection. The director of Museum Kranenburg, Mariette Dölle, illuminates the role and value of corporate art collections and their loans. Her piece *Shared ownership of art* tells the story of how one specific art loan came about. The story is exemplary of how corporate art collections approach most of their lending and, by extension, demonstrates the role of corporate art collections in preserving cultural heritage. The afterword, *A very simple message* was contributed by art journalist Anna van Leeuwen and should be taken as well-considered advice!

These writers have opened the curtain somewhat on the importance of the VBCN and its members within the cultural field. The VBCN is grateful for all the authors' valuable contributions. Their 'outside view' allows us to see

things differently and provides meaningful insights. The stories create prospects and most importantly, a foundation for a future perspective.

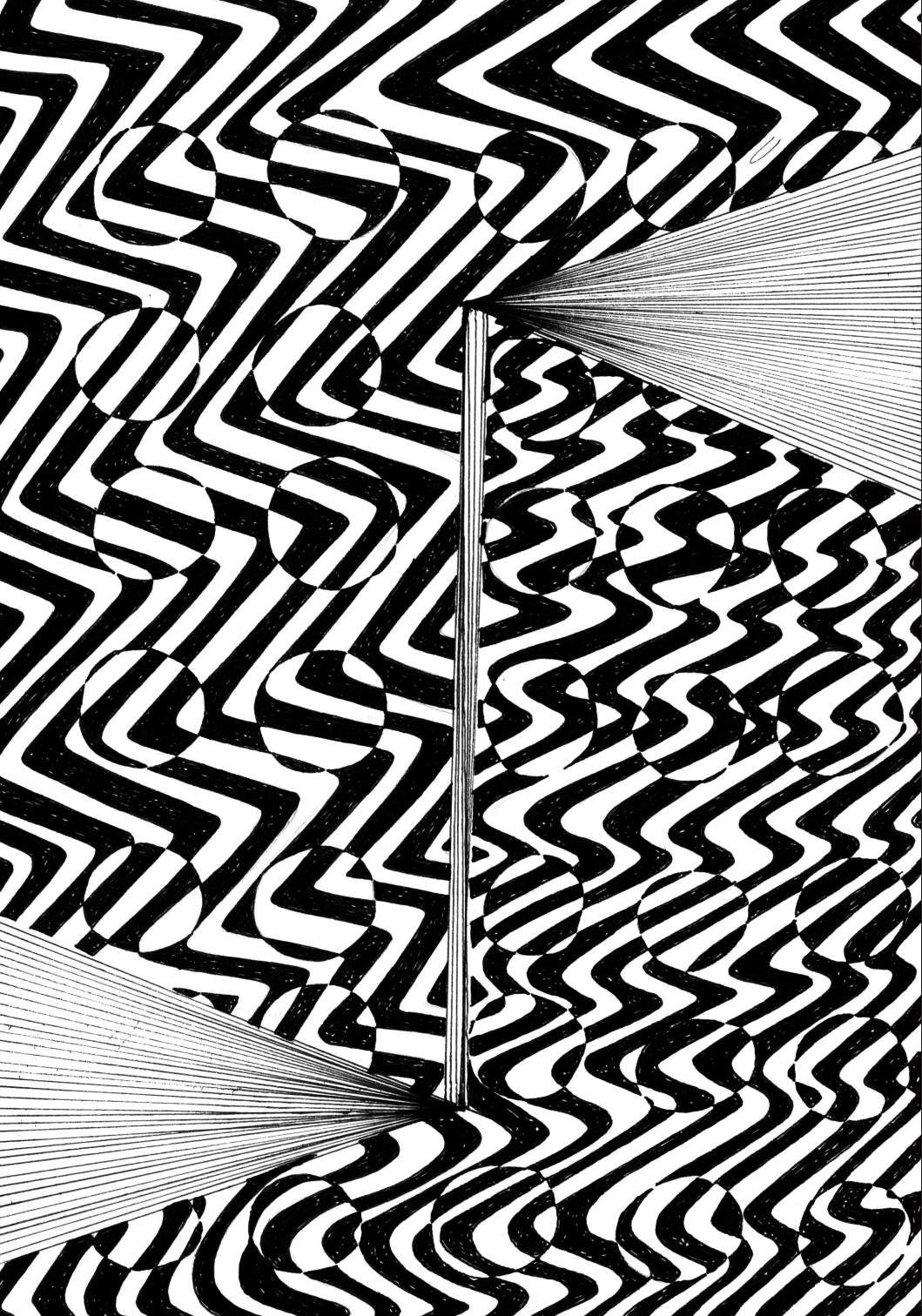
On behalf of the
board of VBCN

Anne Clement van Vugt
Chair VBCN

The VBCN is an independent, non-profit knowledge network for Dutch companies and public and semi-public institutions with a policy of building art collections. Its members bring a large and diverse audience in contact with art and forge new connections between art and society. This makes the VBCN a distinctive player in the world of culture.

The VBCN encourages artistic activities and helps companies and public and semi-public institutions to develop the best possible policy for building their collections. The association initiates debate and research. It provides a forum where members can share expertise and work together to enhance the visibility and dynamism of their holdings. In this way the VBCN increases its members' expertise and contributes to a vibrant artistic and cultural climate in the Netherlands. Thanks to the VBCN's unique position in the world of culture, it leads the way in linking the visual arts with organisations and society at large. It responds to current events, highlights socially relevant issues, and breaks down disciplinary boundaries. Quality and originality are its guiding principles.

Anne Clement van Vugt is chair of the board of the Netherlands Association of Corporate Art Collections (VBCN) since 2020. She has been the senior adviser at Art Affairs at Erasmus University Rotterdam since 2015, where she is responsible for art collection policy and management. She has also worked as an independent curator, realising art projects for a variety of stakeholders.



FROM CEILING TO
FACTORY FLOOR

EELCO VAN
DER LINGEN

39

The Peter Stuyvesant Collection was started in 1960. This most remarkable corporate art collection was different than its contemporaries, where the art typically hung on boardroom walls. Instead, the director of the tobacco company installed the paintings right above the heads of the factory workers in Zevenaar. The white partitions on which numerous abstract paintings were hung betrayed the original context which art was made for at that time: the white walls of museums. **The white cube was a post-war concept of isolation.** Artworks were isolated from a motley world full of visual information and presented 'neutrally', away from all the static and distraction.

Isolating an artwork in an ostensibly neutral space to optimally display it, however, does nothing to make it more accessible. The white cube is an intimidating space for many people, reserved for people who are already knowledgeable. Being left to one's devices in an empty white space with a new, unknown work can easily trigger uncertainty: 'What am I supposed to think about this?' or 'Does it say anything to me?' The presentation of the Peter Stuyvesant Collection did something to address that negative dynamic. **The workers didn't have to go to a museum, the art came to them on the factory floor, where they became used to it being there during their shifts.** Appreciation often came naturally after that.

For the most part, the artworks were hung up high so that employees had to look up. The reasons for this were partly practical, but it also sent a certain message. Labourers looking up at the art that had been selected for them from above. Not by just anyone. Museum directors like Willem Sandberg, Wim Beeren and Edy de Wilde selected works by artists such as Karel Appel, Pierre Alechinsky, Armando, Constant, Jonathan Lasker, Robert Mangold, A.R. Penck, Jan Schoonhoven, Daniel Spoerri and Peter Struycken.

The development of the Peter Stuyvesant Collection is reminiscent of the development of the car. The first cars also looked very much like the carriages they didn't want to be. In Zevenaar, by means of the white partitions, the context and function of art were fairly literally translated from museum wall to factory floor. The art was not designed especially for this new space and the standard form of art production (painting on canvas) remained untouched. Although mainly abstract works with solid colour areas that would communicate well from a distance were selected, above all the work fitted in well with what the museum directors were buying for their own collections.

But a carriage is not a car, and a museum is not a factory floor. It comes as little surprise, that we don't see many paintings on white partitions in factories these days. Corporate art collections have come a long way since then, and factories too. In Zevenaar, they eventually went looking for alternative ways of presenting modern art to people who did not necessarily have any affinity with it, for example, inviting artists to modify taxis. Wim T. Schippers delivered an incredible dented Renault. Involving the (working) public in art is still an objective today, not just of corporate art collections, but also of museum and foundation policy.

Today's corporate art collection directors not only study the quality of the work, but also take into account how it relates to the employee's perception of it. The expectation that employees will look up has diminished, both literally and figuratively. Nevertheless, the idea of improvement is always lurking in the background. Perhaps that is not a bad thing.

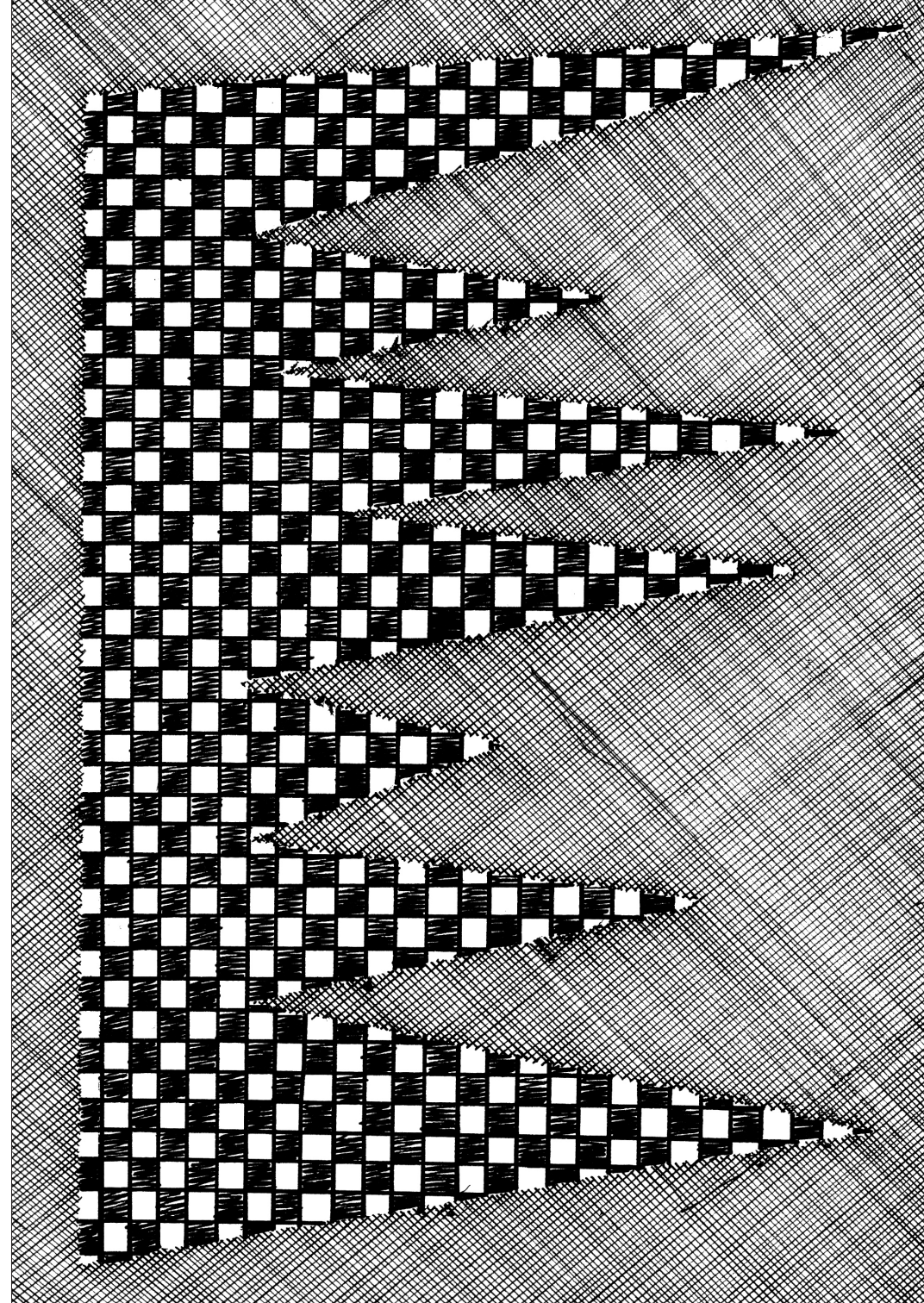
The question is how the art kept in contemporary corporate art collections could develop even further; what are the dynamics of the 'car' once we understand what distinguishes it from the carriage? The workplace in 2020 is still a valuable place to experience art in for employees who do not regularly visit museums. Art itself is valuable to the development of employees and companies alike.

Not only has the corporate art collection evolved, artists' practice has as well. The traditional painting on canvas or statue on a plinth is no longer automatically the standard product of the artistic process.

It is equally not uncommon for artists to intervene in the work process or stimulate other perspectives on the workplace situation. Which experience or form is right for the context and architecture of the open-plan office, factory or workshop in the year 2020? Should art entice and inspire in these places, or could it also rub the wrong way, stimulate and provoke?

The corporate art collection of 2020 has long outpaced that of 1960 and yet, of course, there are still steps that can be taken. As such, corporate art collections have a unique innovative value that contributes to both the development of art and the dynamism of the business world.

Eelco van der Lingen is the director of the Mondriaan Fund. He was a curator of modern and contemporary art in the Fries Museum in Leeuwarden. From 2007 to 2017 he was the director and curator of contemporary art platform Nest in The Hague. He also worked as a guest curator, fund adviser and guest lecturer.



For much of history, the 'ivory tower' has been a symbol of academia – which seems polished, inaccessible, even impenetrable to the uninitiated. Corporate art collections were also ivory towers for a long time, or better: marble towers. Only on occasion did the majority of these collections display their acquired artworks to the general public through exhibitions and catalogues. The internal dynamic that led to the creation of these collections remained largely invisible. The founding of the VBCN in 2005 was important for the exchange of knowledge between curators of the affiliated corporate art collections, but not only that. The VBCN has also become an association that aims to give people from the corporate world and the art world a closer look into the phenomenon of corporate art collections.

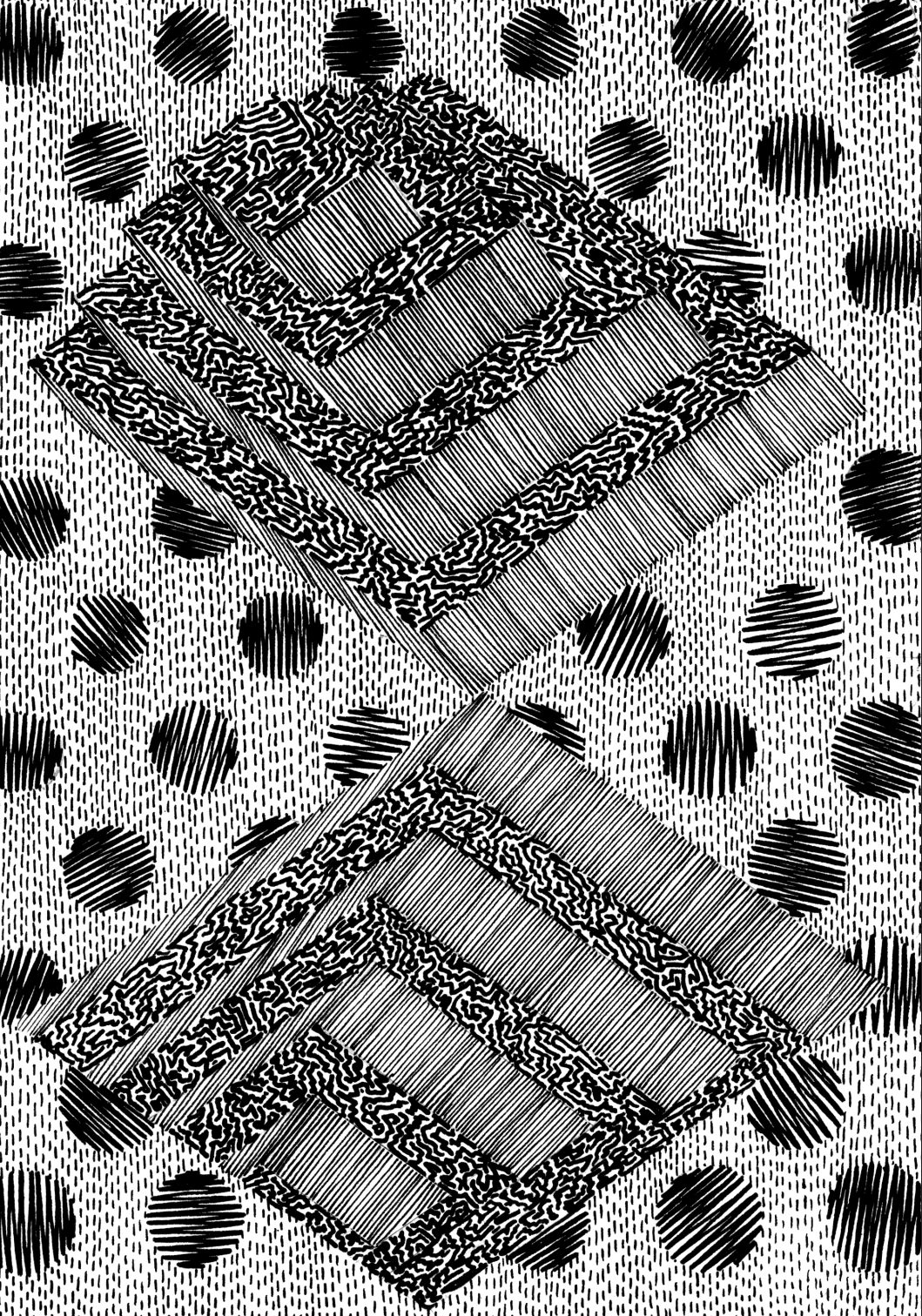
In preparation for the first lustrum, in 2010, the VBCN invited cultural studies scholars to investigate the influence of corporate art collections on the art world. In 2015, a four-year research project started, initiated by the University of Amsterdam, the VBCN, the Cultural Heritage Agency of the Netherlands, and the Stedelijk Museum Amsterdam, into the value that corporate art collections have for the 'residents' of the business premises. Another objective of the project was to be able to better inform outsiders about the contribution of corporate art collections to the world of art and culture.

The result was an outside perspective at the inner workings of corporate art collections. But this was also true for us, the three researchers who got involved then. We discovered that in formulating our research questions and objectives, we really needed the insight of the curators of the corporate art collections: they helped us to understand what the biggest issues were when it came to finding the right art that would meet the needs of the different organisations. At the same time, we also tried to give the curators a new vantage point from which to consider their own practice.

This outsider's view was not just one from outside the business world, but also one that looked beyond the boundaries of art. **It has been assumed that art has an effect on the working environment.** Our research suggests that it can also function as a tool within the company to sense the general mood, indicating things that have little to do with art. **For example, employees' opinion of the art at their workplace also informs what they think of their employer.** An outside perspective can show us the social relationships within companies reflected in employees' reactions to the artworks.

Finally, our research also showed that company collections are more progressive than people in the art world tend to believe. In fact, it is usually businesses that acquire the work of relatively unknown artists and thus make an important contribution to launching their careers. The outside perspective provided us, as scholars, with new insights into the functions of culture and the dynamics of the art market; this view prompted the VBCN to step further into the daylight, and to leave behind the ivory tower and embrace the social role it deserves.

Arnold Witte is an art historian specialised in institutional patronage in the visual arts, and is a senior lecturer in Cultural Policy at the University of Amsterdam. His research focuses on both Italian and Dutch patronage; he published the bundle *Bedrijfscollecties in Nederland* (NAi, 2009) (*Corporate art collections in the Netherlands*) in cooperation with the VBCN.



MORE THAN FACTS AND FIGURES

PIETJE
TEGENBOSCH

45

Readers looking to find out about the significance of corporate art collections, especially to artists and galleries, can find all the answers they need on the VBCN website. A 'Facts and Figures' section can remove any remaining doubt. The key figures demonstrate that corporate art collections play an essential, dynamic and lively role in the art world. Additional scholarly research appears to confirm this.

Of course the facts and figures matter, but they don't tell the whole story. Just as art tells a story beyond words, corporate art collections do more than what the figures can convey. I used to work as an adviser for a corporate art collection, and some colleagues asked if I would give my consent for including a voucher in a magazine for a guided tour of the art collection of the main building. They had expected no more than 175 people to respond. As it turned out, more than 2,500 people signed up. Which meant that I and a whole team of guides were giving lectures and tours from early in the morning until late at night. A few visitors came purely out of curiosity, seeing it as a chance to finally see the inside of one of the financial giants located in Amsterdam's financial district. Some people registered out of interest in the architecture of the bank building. But the majority of visitors was eager to see and hear about the artworks in what was a new and surprising context, unlike what they were used to from museums. Couldn't we be open to the public all the time?

A corporate art collection always has a little bit of a company's soul in it, a form of corporate identity. These collections create a personal universe in the same way as a private collection does. This universe contrasts with the art historical perspective of museum collections. For artists, this means that their work becomes included in a different context. The story that art has to tell is

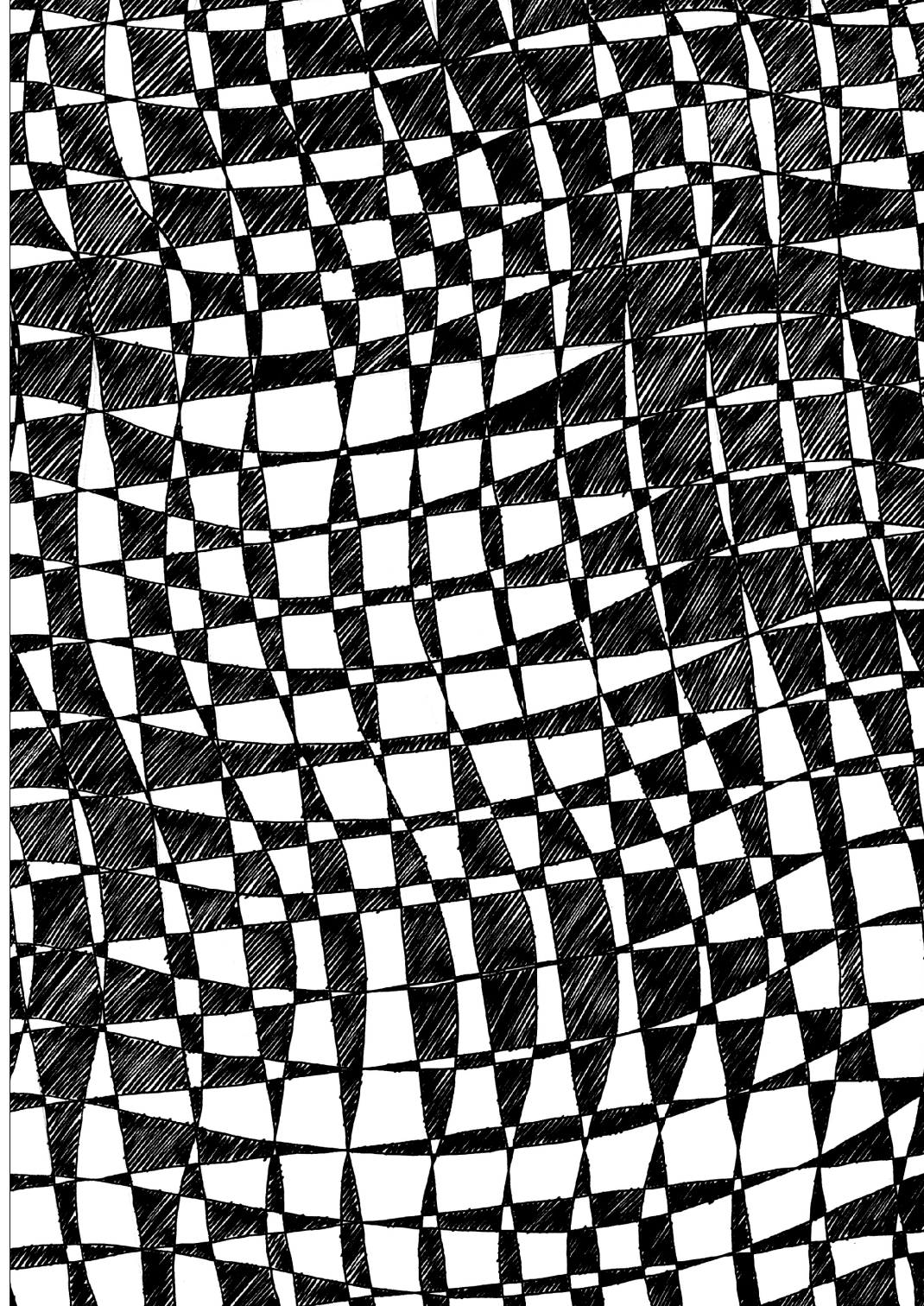
one that continues to develop, after it leaves the studio, along multiple paths. Corporate art collections being one of them, and not the least significant.

The art in corporate art collections does exactly what all art does. It ties a ribbon between self and other, between oneself and the world, without words and impossible to capture in numbers: it forges a new and meaningful connection. **It stimulates the imagination, evokes thoughts, ideas, recognition, doubt, anger even, or uncertainty.** Last April in the *NRC Handelsblad*, the writer Ramsey Nasr described art as follows: 'Art shows us how complex the world is; it does not make the world easier, but more layered and ambiguous, it makes us doubt what we hold as truth, it unsettles rather than providing cut and dried answers, and it often thrives on a sense of alienation rather than validation. Art does not create certainty'.

When I was invited by the VBCN to write a text about the importance of corporate art collections to artists and galleries, the new corona virus had just broken out in the Netherlands. The virus and the lockdown that it necessitated begged for a response located firmly in that uncertainty. **The virus has created a new perspective in that sense.**

Art helps us to experience the present as more than something we need to escape as quickly as we can; it helps us to reflect on the present and to give it a place in the space between past and future. Corporate art collections are important to artists and galleries because by acquiring art they demonstrate more than good intentions and in fact show their commitment to the above-mentioned complexity and uncertainty, their commitment to humanity. That is what the facts and figures can't tell us.

Pietje Tegenbosch is an art historian and art critic. She was a founding member of the VBCN when she was curator for the ABN AMRO Art and History Foundation. Since 2009, Tegenbosch runs the gallery *tegenboschvanvreden* in Amsterdam with her partner Martin van Vreden.



Corporate art collections have always been important to the development of young artists' professional practice. Every artist remembers their first 'real' sale. I have often seen, both as director of De Ateliers and when I worked in Fons Welters gallery, how some daring corporate art collection comes along and gives that first push to the career of an artist who's just starting out.

Art collections owned by businesses are typically out of the sight and mind of the public at large. For that reason, I think it's important to mention the curator's role: typically, curators are extraordinarily engaged, outstandingly well informed, and just like private collectors or museum curators, they have meaningful conversations with the artists whose work they collect. I feel like the word 'corporate art collection', which certainly tells us what the main activity is, simultaneously implies a professional distance which does not do justice to the **passion of the people who collect art on behalf of a company.**

In some cases, companies build up their art collection with greater vision than museums do, and it generally is not the case that they are working with a spectacularly bigger budget. As tends to be true for most museums, it's an exception for corporate art collections to acquire an artwork valued over 10,000 euro; anything over 20,000 euro is really rare. The financial framework ensures, among others, that the work of (relatively) young artists can be seen because their work is affordable.

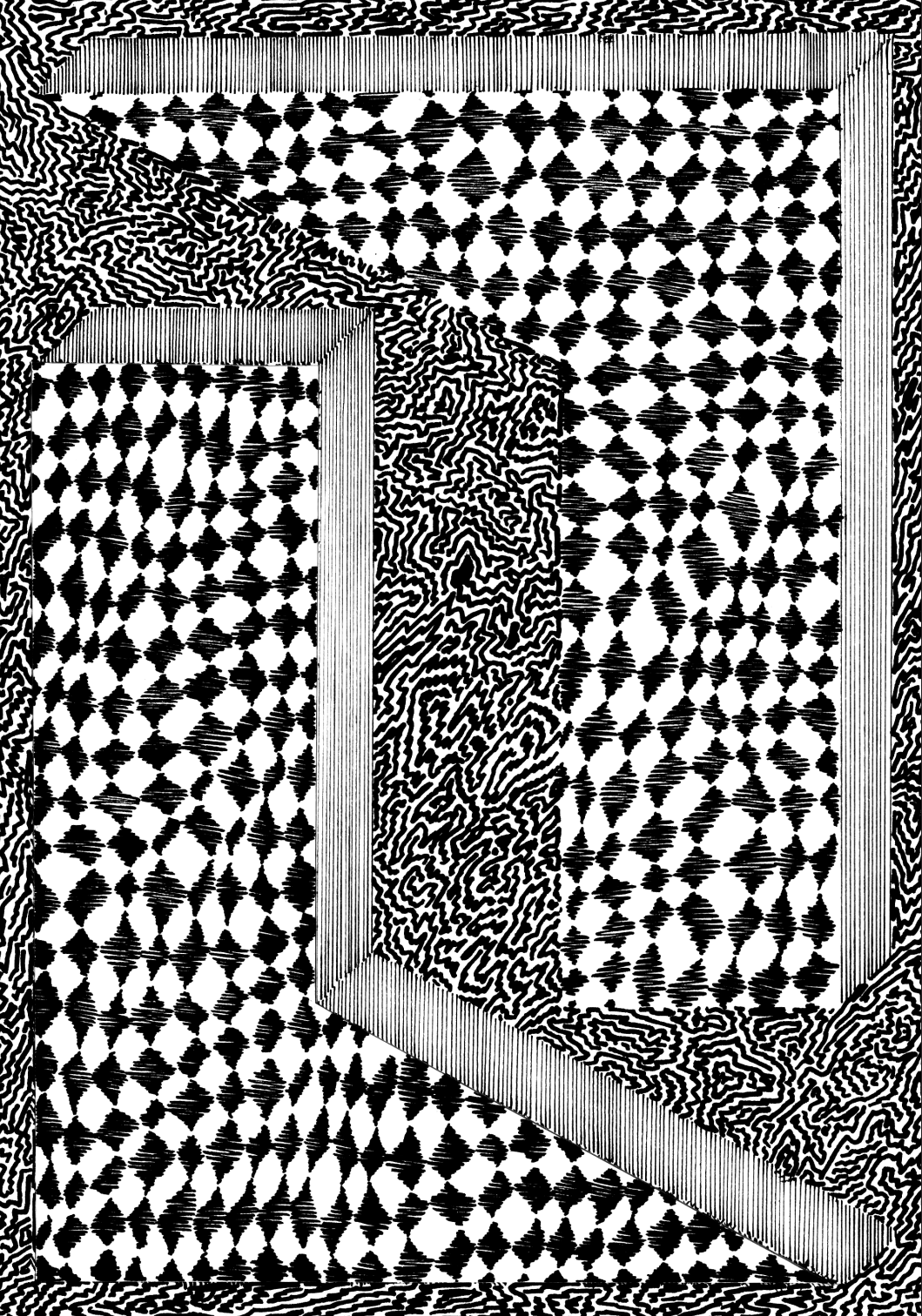
For most of the artists who have spent time working at De Ateliers, the Offspring Exhibition, which marks the end of their time there, is the first opportunity they will have to sell art at an exhibition. **The exhibition is circled in red in many VBCN members' diaries.** Just like the Open Studio days at post-graduate cousin institution de Rijksakademie, Offspring at De Ateliers is an oc-

casation for collectors to view and purchase new art of the highest quality. It is often also possible to buy these artworks without the involvement of a gallery, which means the prices are lower.

A sale like this is often crucial to many artists: it provides some financial basis for those first uncertain months after the institution. **The symbolic value of the official transaction** – which increases interest in the artwork – is more important though, combined with the knowledge that their work is going to a good home. It's also very unusual that art works are being sold or dismissed from a corporate art collection.

Corporate art collections have become more professional over the last several decades. They have made leaps and bounds in opening up and presenting their collections, which makes artwork accessible and connects it to more and more public discourses. These developments mean that this type of collector can be extremely valuable to the young artist. Now, if only company art budgets would stop being so crisis-dependent.

Xander Karskens is an art historian and curator, and the director of De Ateliers in Amsterdam. Karskens was previously the artistic director of the Cobra Museum of Modern Art in Amstelveen (2016-2018). Before that he was the contemporary art curator at the Frans Hals Museum for 10 years, where he made exhibitions and managed the collection.



It is said that the curator was born somewhere in the 1960s, in western Switzerland. Before that, art historians and conservators ruled the roost. They worked in museums, knew the history and preserved the art. But it is unclear how they selected works of art for exhibitions until that time. 'Selecting' became the curator's most important activity and, combined with 'bringing together', it still is.

Every museum still has art historians, conservators and directors – as well as attendants, desk clerks and art handlers. But curators shape the words and interpreted concepts. They talk about artists and write about artworks. They are the contemporary art historians and historians who shape art history through exhibitions and (corporate) art collections. The curator is part of a complex network of individuals and institutions (large and small) in which works of art, artists as well as (corporate) art collections are part. Each corporate art collection has a curator – sometimes even several. They select the works they consider suitable for the collection. They select what is added; they select what is sold.

But a curator is only human. Despite their knowledge they still have limitations. Each has their own tastes, affinities and preferences. In these post-modern times when Grand Narratives simply don't cut it anymore, personal vision is all the more relevant, as is the awareness that it is only one narrative among many others. That is why polyphony and multi-perspectivity are also relevant. To supplement your own knowledge and capabilities; bring in other ideas; to reflect externally; and add ways of thinking. The tasks of freelance curators include expanding one's own knowledge and possibilities, bringing in other ideas, reflecting critically, and contributing new views. With an outside perspective, they bring their personal preferences, independent research and their own ideas to bear on what already exists.

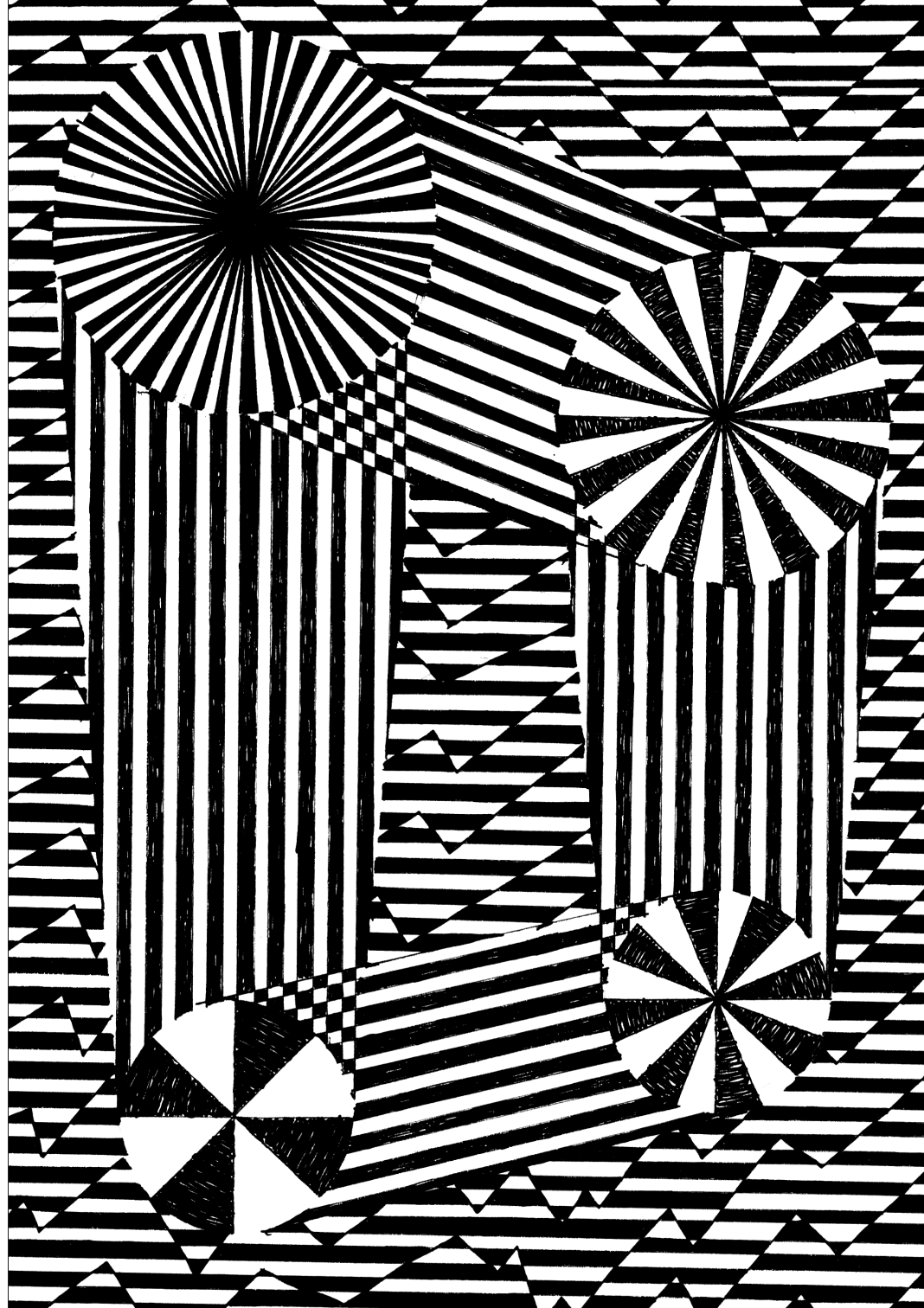
That is exactly why an open call such as the triennial VBCN OPEN is so valuable. The prize gives the affiliated collections the opportunity to see what's already there through new lenses and to discover what else can be done with it. With this in mind, VBCN OPEN 1 highlighted a medium (performance) that is virtually absent from company collections; Alix de Massiac and I reflected during VBCN OPEN 2 on the type of purchases within collections with reference to numerical perceptions of art and statistics; and the third VBCN OPEN looked at the way in which artworks function within companies and the daily lives of employees.

An open call like that cuts both ways. After all, the external perspective enriches our understanding of a collection just as much as the (corporate) collections represent a significant platform for young curators. That platform is a valuable place for curators to develop new ideas in relation to the existing abundance – and to add something to it. A conversation, an interaction and a new selection. In the same way that VBCN brings together various corporate art collections, VBCN OPEN facilitates that ever urgent meeting of multiple voices and perspectives. That's a win-win.

The triennial curators' prize VBCN OPEN has existed since 2012/2013. Exhibition makers are invited by means of an open call to submit innovative proposals for an exhibition featuring corporate art collections. Companies affiliated with the association open up their art collections for this purpose and provide for a production budget.

The prize has been awarded three times. In the first edition, winners Hendrik Folkerts and Claire van Els researched the role of contemporary performance art in business spaces with their performance project 'Time Deposits'. Vincent van Velsen and Alix de Massiac won the second edition with 'VBCN 10 years young'. They presented a cross-section of the developments within the corporate art collections based on statistics. The winners of the third edition were Mels Evers and Hélène Webers. For their exhibition 'RE:Collecting' they went in search of hidden stories from company collections, which resulted in both new and existing artworks.

Vincent van Velsen is a freelance curator. He and Alix de Massiac won the second edition of the VBCN OPEN (2014). He is a contributing editor for Metropolis M, was a resident at the Jan Van Eyck Academy, and has been a guest resident at the Rijksakademie. Van Velsen is an adviser for the Mondriaan Fund, a member of the Stadscuratorium Amsterdam (SCA) and a board member of De Appel art institute.



Painting the colourful, monumental mural above the central staircase of the Dutch embassy in Jakarta in 2006 was one of the highpoints in my career. It was a unique experience because of the overwhelming scale (20 m x 15 m), the four weeks I had to work in Jakarta, and the opportunity to make an artwork on this site, as an artist with an Indonesian background, that could be an artistic bridge between the Netherlands and Indonesia. When I was asked eleven years later whether I would be interested in making a new mural for the embassy there, I didn't hesitate to say yes.

The embassy underwent a complete renovation in 2017, during which the staircase was opened up so that it – and my old painting – could be seen from the office spaces. The offices open up in 'pleats' around the central staircase because of the embassy's hexagonal design. The new mural was intended to be painted on these folded walls across three floors, each about 30 meters in length per floor. This meant that the new work would be appear on the back of the 2006 mural, and that they would touch each other in some places, the way the lining touches the outer fabric of a coat.

The challenge of bringing the paintings together after a leap of time of more than a decade gave this new project an extra dimension; so much has happened in my artistic development as well as my personal life in the intervening period. Being able to reflect on an older artwork in a new artwork gave me the chance to illuminate the substantive lines and motifs that I had used back then from a new perspective.

Indonesian batik motifs play an important role in both paintings. In the 2006 painting, vines creep their way over the wall, emerging from a heart-shaped core constructed from batik patterns. The vines open up into large wild tulips.

In 2006 I purposely used these patterns as elements of cultural appropriation and citation, as well as the flowers and portraits of Indonesian women, for example. In the new painting, the batik motifs have fused into independent, almost sculptural shapes in different colour combinations. I approach the idea of mixed cultures in the latest mural more literally than I did before.

The colours used in both murals are vibrant: in the 2019 painting motifs in red, yellow, and different skin colours are repeated on coloured backgrounds. They merge with bright, wild tulips, the portraits, and meandering vines from 2006.

Together, the murals offer a new perspective of the building and invite a new interpretation of its architecture. **They complement one another, zooming in and out like a camera in a film, creating a new scenography altogether.** It was an exceptional chance for me to make an artistic statement of such monumental proportions. Someone I know joked that it was like I had my own private museum in Jakarta. It's actually kind of true, and it was made possible by a corporate art collection. Nowhere else in the world is my work on permanent display on a scale like that.

View The Jakarta Murals here: <https://tinyurl.com/yydjm5kw>

Hadassah Emmerich is a visual artist. She studied in Maastricht, Antwerp, and London. Emmerich has been an artist in resident in cities like Berlin, Antwerp and on the island of Curaçao. Her artwork appears in different museum collections and in Dutch and international private and corporate art collections.



SHARED OWNERSHIP OF ART

MARIETTE
DÖLLE

57

When the curator responsible for a Dutch corporate art collection walked into the Museum Kranenburgh in Bergen one summer afternoon, she was met by a portrait by Leo Gestel in the museum's collection presentation. She instantly recognised the stylistic resemblance to a work by painter Leo Gestel from 'her' corporate art collection. Gestel was a prominent member of the Bergen School; he lived and worked a stone's throw from what would later become the museum. That got her thinking. Would it be a good idea to bring the related portrait to Museum Kranenburgh? And so it went. Since 2017, the museum has had the colourful painting *Portrait of a woman* (1913) on loan.

Underlying this impulse is a challenging question about where art from corporate art collections most belong. In their offices, of course, you might say, in dialogue with the company culture and the people who work there. Art in an office draws attention, literally serves as a point of orientation, and gets talked about by employees and visitors. It's more than merely functional.

Yet almost ten years ago, at the opening of the Caldic collection presentation in Kunsthal Rotterdam, former director of the Tate Modern Chris Dercon wondered aloud whether corporate art collections should not all be housed in existing museums. He called for corporate art collections to be opened up to a wider audience to help culture to thrive in the community.

That's not quite how it went. The art world has grown exponentially and is composed of many different media. Many corporate art collections have created their own presentation spaces, where they display collection overviews and feature the work of individual artists. Business owners have constructed private museums in recent years; LAM Lisse, Voorlinden and Museum More are a few exciting examples. At the same time, public museums have be-

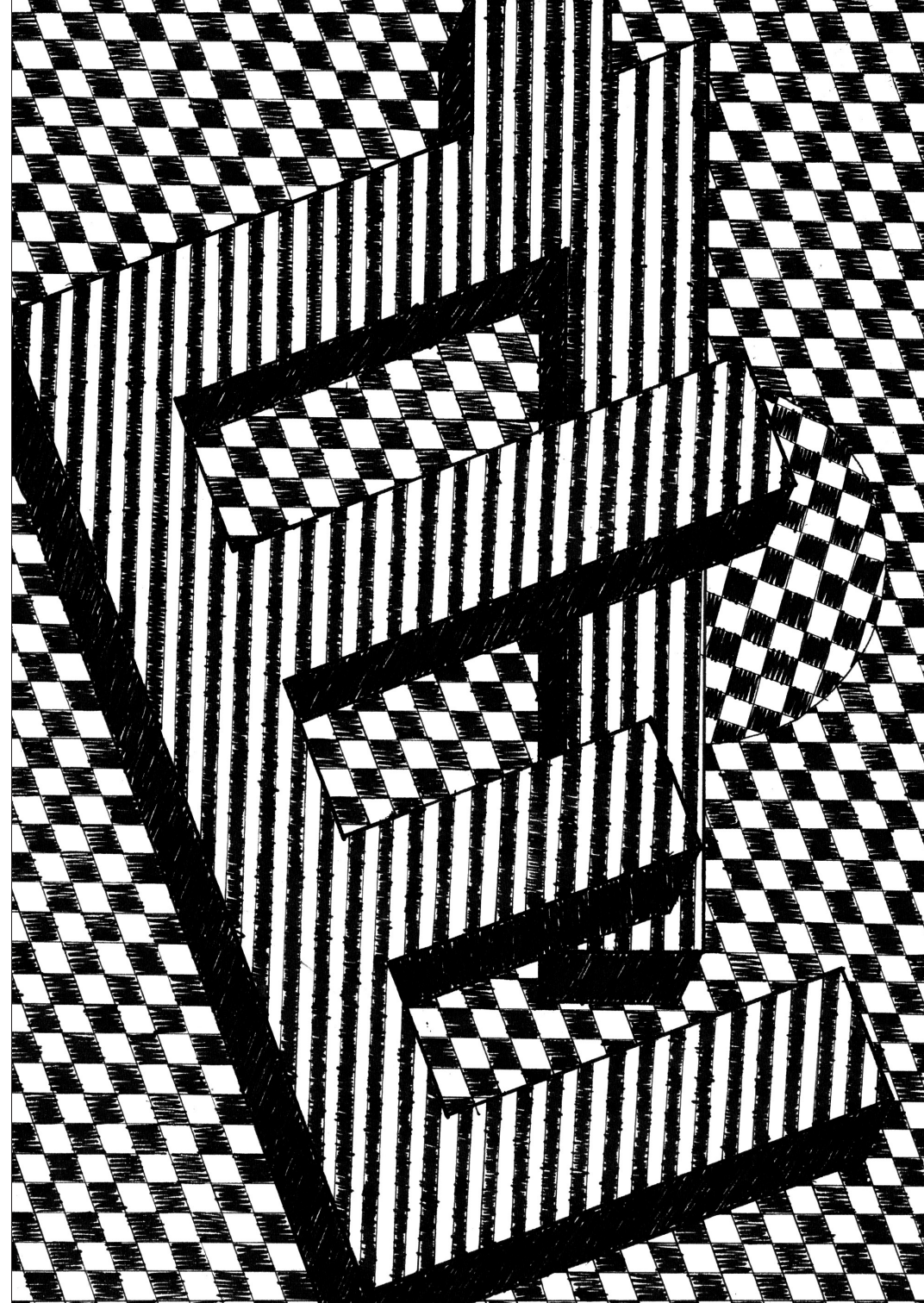
come more than just places to display public collections. **Museums are rapidly transforming into platforms where art can nourish and inspire the debate about contemporary society.**

Leo Gestel's work is right at home in the museum in Bergen. Art historical research revealed that the painting by Gestel was originally part of Piet Boendermaker's private collection. Boendermaker, the great patron of the Bergen School, almost certainly bought the painting directly from the painter, who had become a close friend. The painting is 'home' again.

When the young painter Leo Gestel turned his gaze to the future over one hundred years ago, he and his fellow painters of the Bergen School changed the development of art. They were young, they wanted to do things differently, and they decided to strike new paths. **Gestel painted the woman with flowers on her head flamboyantly, quickly; it's barely finished, but he still signed it, in an artistic statement that was also an attempt to change perceptions of what painting was.** We are able to share the insight of yesterday in a contemporary museum thanks to a corporate art collection. Sharing/Donating this painting by Leo Gestel exemplifies the overarching idea of shared ownership of art.

View the painting by Leo Gestel on the Museum Kranenburgh website <https://tinyurl.com/yyk462bs>

Mariette Dölle is the director of Museum Kranenburgh in Bergen. She was formerly artistic and managing director of TENT in Rotterdam. Dölle is frequently asked to be a jury member, such as on the Prix de Rome in 2017 and the Gerrit Bennerprijs 2019.



displayed amongst drop panelled ceilings and carpet squares, their artworks can be part of the building but can just as easily feature permanently in museum collections.

Who decides which art is right for a company has changed over time. Whereas it used to be mostly about hanging the right painting on the right wall, other priorities come into play now too, like the organization's social engagement in supporting young artists.

Come to think of it – actually, my friend could have placed a very simple message on that window, printed on twenty-eight A4 pages: 'START A CORPORATE ART COLLECTION'. He could have displayed it in the window for a few days and then donated the stack of pages to the office: 'voila, the first piece of your collection'.

AFTERWORD

60 A friend of mine who studied at the Gerrit Rietveld Academy used to stare out the window during lectures. The Rietveld building has beautiful, big windows, and from the classroom he spent the most time in, he had a perfect view of the neighbours. **Next to the lively art academy campus is a modern, natural stone office building filled with people sitting behind computers.**

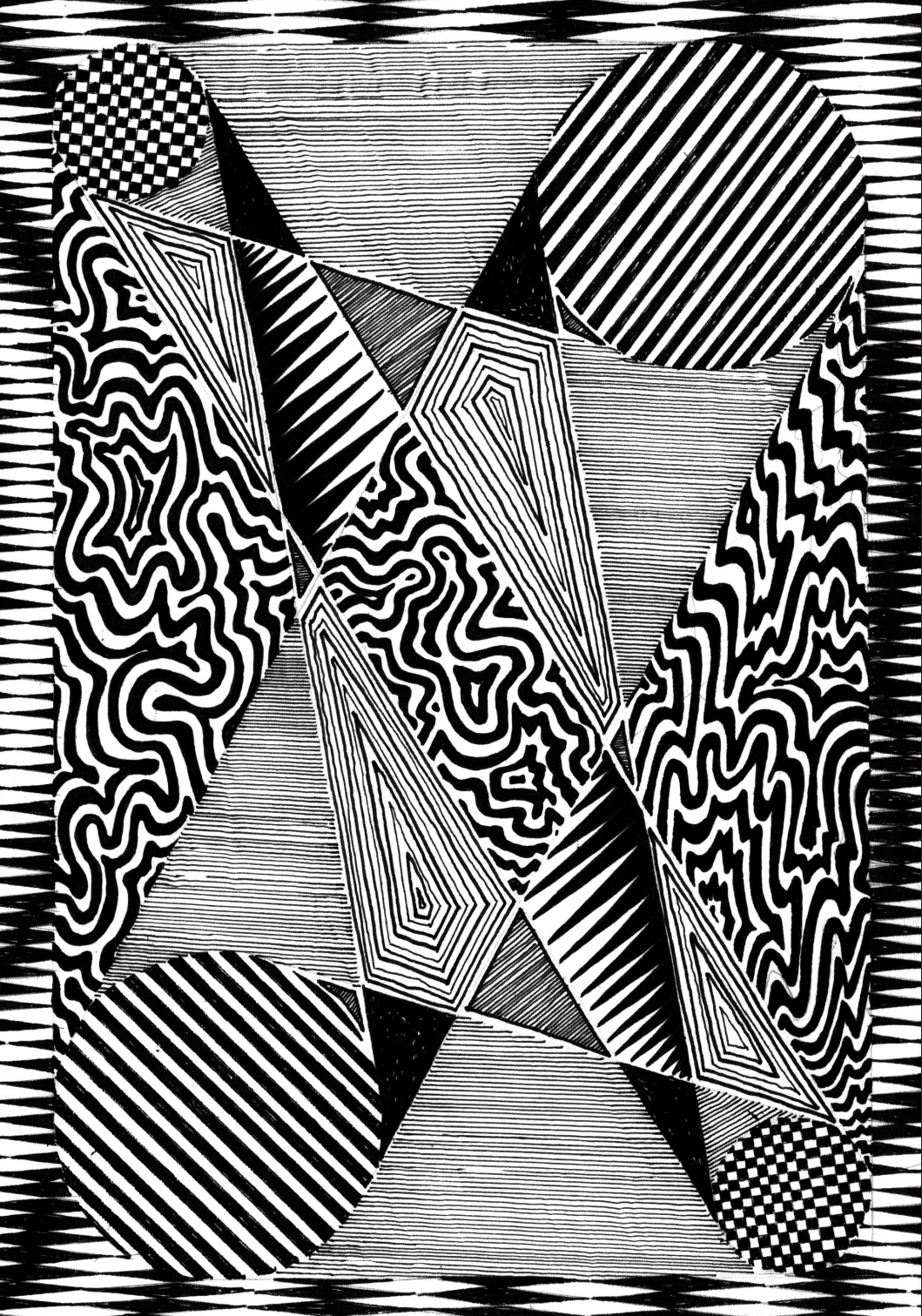
My friend was fascinated by these office workers. He asked me, 'what do they do all day?' He was also aware that they might be looking at him with surprise too, wondering what all those artists (in training) were up to all day? He considered making an artwork for the neighbours, maybe hanging something in the window. But he didn't know what to make. And he was doubtful whether it would even stand out to them amid the chaotic appearance of the art academy building. **The idea never came to fruition.**

In this publication, I've read about moments in which the art world and the business world do influence each other. Not just as neighbours, but as house-mates. Something that has been going on for a long time already, it seems. Not just in colossal office buildings next to the art academy, but also in libraries, universities and hospitals. Artworks touch and affect an organisation's soul. Artists and exhibition curators infiltrate boardrooms and receive invitations to visit the work-floor.

I also got to know a number of big companies through their art collections. It was remarkable to see how these 'marble towers' opened up. The turnstiles and system with ID cards are all unknown and exciting stuff to somebody unused to it. **A large organisation can feel like a cumbersome ship, whereas companies seem to sail smoothly and quickly through the art world.** They are first in line when young talent pops up. Art in corporate art collections is not

61

Anna van Leeuwen is a freelance art journalist who writes mainly for *de Volkskrant*. Previously, Van Leeuwen was Editor in Chief of the magazine *Kunstbeeld* and sat on the board of the Dutch branch of International Association of Art Critics. Her personal corporate art collection is modest in size.



CREDITS

VBCN VIEW

This lustrum publication is realised on behalf of the Netherlands Association of Corporate Art Collections (VBCN). It marks the 15th anniversary of the VBCN.

The VBCN gives special thanks to:

Authors: Anne Clement van Vugt, Mariette Dölle, Hadassah Emmerich, Xander Karskens, Anna van Leeuwen, Eelco van der Lingen, Pietje Tegenbosch, Vincent van Velsen, Arnold Witte
Artist: Koen Taselaar

Their contribution has made this publication possible.

Concept/ Editing: The VBCN board, with special thanks to: Jorien Ceelen, Anne Clement van Vugt, Els Drummen
English translation: Alana Gillespie – The Editory
Final Editing: Anna van Leeuwen (total), Sanne Huisman (text From ceiling to factory floor)
Design: HouseTMM
Production: Jorien Ceelen
Printing and binding: Zwaan Lenoir

<https://vbcn.nl>

Edition Anniversary Publication 15 years VBCN,
Netherlands Association of Corporate Art Collections

ISBN 978-90-9033950-4

© 2020: VBCN, authors, Koen Taselaar, HouseTMM,
Zwaan Lenoir

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced or transmitted in any form or by any means without prior written permission of the board of the VBCN.

Collectie ABN AMRO / Achmea Kunstcollectie /
Aegon Kunstcollectie / Albert Heijn Kunst Stichting /
AkzoNobel Art Foundation / Kunstcollectie Allen
& Overy / Amsterdam AMC collectie / Amphia
Kunstcollectie / AonIn2Kunst / Stichting Kunst &
Historisch Bezit ASR Nederland / Kunstcollectie
het Antoni van Leeuwenhoek / BNG Bank
Collectie / BPD Kunstcollectie / Kunstcollectie De
Nederlandsche Bank / Koninklijke DSM N.V. /
ENECO Kunstcollectie / Erasmus Universiteit
Kunstcollectie / Kunstcollectie Essent-Enexis /
Gasunie Kunstcollectie / Kunstcollectie De Haagse
Hogeschool / Kunstcollectie gemeente Wassenaar /
Houthoff Kunstcollectie / ING Collectie /
Kunstcollectie InsingerGilissen Bankiers / Isala
Kunstcollectie / KPMG Kunstcollectie / KPN
Kunstcollectie / Lakeside Collection / Kunstcollectie
LUMC / Kunstcollectie Maasstad Ziekenhuis /
Collectie ministerie van Buitenlandse Zaken /
NN Group Art Collection / Stichting Océ-Kunstbezit /
Kunstcollectie provincie Limburg / Kunstcollectie
provincie Gelderland / Rabo Kunstcollectie /
Kunstcollectie Radboudumc / Randstad Kunst-
collectie / Rijnstate Kunstcollectie / Kunstcollectie
percentageregeling Rijksoverheid / Sanquin
Kunstcollectie / Stichting Beheer SNS Reaal /
Kunstcollectie TwijnstraGudde / UMCG Collectie /
Kunstcollectie UMC Utrecht / VU Kunstcollectie /
Stichting Beheer Kunstcollectie Zuyderland