

Kunst

Aankoopbudgetten voor kunst bij bedrijven sneuvelen vaak in de crisis

Achmea: kunstcollectie op laag pitje

Van onze verslaggever
Michiel Kruijt

AMSTERDAM Achmea stopt met het uitleenen en uitbreiden van zijn kunstcollectie. De deze week aangekondigde reorganisatie, die 4.000 banen kost, betekent ook de overgang van een 'actieve kunstcollectie naar een passieve', bevestigt een woordvoerder van het bedrijf.

Het verzekeringsbedrijf heeft 4.000 werken in zijn bezit van circa 250 kunstenaars. De verzekerde waarde ligt tussen de 5 en 6 miljoen euro. Tot de collectie behoort onder meer werk van Atelier van Lieshout, Koos Breukel, Marlene Dumas, Jan Fabre, Job Koelewijn en Berend Strik.

'In deze tijd van versobering kun je er niet een uitgebreide kunstcollectie op na houden. We moeten het naar de klant kunnen verantwoorden', zegt de Achmea-woordvoerder. De conservator van de collectie wordt ontslagen. De facilitaire dienst neemt voorlopig de zorg voor de collectie over.

Sabrina Kamstra, bestuursvoorzitter van de Vereniging Bedrijfscollecties Nederland (VBCN), zegt dat ze geregeld hoort van bezuinigingen op bedrijfscollecties. Van de VBCN zijn 49 ondernemingen en overheidsinstellingen lid

die gezamenlijk meer dan 90.000 kunstwerken bezitten. 'Maar zoiets als bij Achmea is een omwenteling. Dat is nieuw voor ons', aldus Kamstra.

Meestal wordt bij een reorganisatie aan de kunstafdeling gevraagd evenveel af te slanken als de andere takken van de onderneming, zegt de VBCN-voorzitter, tevens Hoofd Kunstzaken van het Academisch Medisch Centrum (AMC) in Amsterdam. Kamstra: 'Kunst zit in een hoek waar snel klappen vallen. Gelukkig zijn er veel bedrijven die stellen dat de bedrijfscollectie onderdeel uitmaakt van de identiteit.'

Een rondgang leert dat in de crisis vaak de aankoopbudgetten zijn gesneuveld. Zo krijgt de grootste bedrijfscollectie van Nederland, die van ING, al

enkele jaren geen geld meer voor nieuwe aanwinsten, zegt hoofdconservator Sanne ten Brink. 'Bij de reorganisatie van de ING hebben wij ook afscheid moeten nemen van twee collega's. Omdat er kantoren dicht zijn gegaan, hebben we een deel van de collectie afgestoten, onder meer door schenkingen. We willen niet kunst achter gesloten deuren in een depot hebben staan.' Niettemin promoot ING nog actief de collectie, die 15.000 kunstwerken omvat, waarvan 10.000 in Nederland. Zo toont de bankverzekeraar nu 41 topwerken uit de verzameling in het Poesjkin Museum in Moskou. Ten Brink: 'Het is zoeken hoe we op een creatieve manier kunstenaars onder de aandacht kunnen blijven brengen.'



Zonder titel (Iemniskaat) van Job Koelewijn.

Een andere grote collectie is die van concurrent ABN Amro: 12.000 kunstwerken. Maar dat zullen er binnenkort minder worden. 'We zijn aan het opschonen. We willen een kleinere, kwalitatief hoogstaande collectie', meldt Daniela Cahen, sinds drie maanden curator kunst. 'De bank is kleiner geworden, we hebben minder ruimte. Sinds 2008 is er niets meer aangekocht. De prioriteiten bij de bank lagen elders.'

Transparantie

Niet altijd is het de economische tegenspoed die tot een herbezinning op de verzameling leidde. Bij Aegon (2.000 kunstwerken) was het de verbouwing van het hoofdkantoor die een verandering inluidde. Curator Corrie van der Veen: 'Transparantie was het sleutelwoord, dus kwam er veel glas en open ruimte. We hebben heel wat wanden moeten inleveren. Vroeger hadden we lange gangen waarop kamers waren aangesloten. Voor al die kamers hadden we grafiek. Dat hebben we nu over. Alleen de kerncollectie, 500 kunstwerken, hangt nog.'

Telecombedrijf KPN had enkele jaren geleden 6.500 kunstwerken, dat zijn er nu nog maar 2.000. 'We hadden veel reproducties toen iedereen nog een eigen kamer had', zegt Marion van Dam, onder wiens verantwoordelijkheid de kunst valt. 'Nu hebben we vooral flex-

plekken. De kantoorruimte is afgenomen. We hebben een deel van de collectie aan medewerkers verkocht.' Alleen het waardevolle werk is niet weggegaan. Van Dam: 'Dat wordt nu gebruikt om onze panden aan te kleden. Uitleenen doen we nauwelijks. Aankoopbudget is er ook niet of nauwelijks.'

Doodzonde noemt Hester Alberdingk Thijm het als bedrijfscollecties verworden tot stilstaand water. Zij is directeur van de AkzoNobel Art Foundation, die zo'n 1.750 kunstwerken bezit. Het is volgens haar 'keihard werken' om te zorgen dat het verf- en chemieconcern de waarde van de eigen collectie blijft inzien, en geld blijft fourneren voor uitbreiding.

'We hebben vanaf de oprichting in 1995 permanent aan intern draagvlak gewerkt. We geven bijna elke dag een rondleiding, aan werknemers of hun relaties, maar ook aan klanten. We richten alle kamers in, van hoog tot laag in de organisatie. Alle gangen hebben speciale thema's of oeuvres. Het kost veel tijd, maar het loont. We krijgen mailtjes van werknemers die teruggekeerd zijn van vakantie en blij zijn dat ze de kunst weer zien.'

'Onze nieuwe topman, Ton Büchner, is drie dagen mee geweest naar de Biënnale van Venetië. Als kunstcollectie denken we mee in de strategie van het bedrijf. Kleur is belangrijk en onderzoek,



De reïncarnatie van Giovanni Arnolfini van Jan Fabre.

we hebben hele onderzoekende kunstenaars in de verzameling. Je moet oppassen dat kunst niet de kers op de taart is, maar een ingrediënt van die taart.'

Ook Alberdingk Thijm zag zich geconfronteerd met een bezuiniging. Bij het begin van de crisis werd het budget een jaar gehalveerd. 'Het groeit weer, maar we zitten nog niet op het oude peil. Maar over wat voor budgetten hebben we het? Ik vermoed dat het bij bedrijven varieert van 50.000 tot 600.000 euro. Dat is niks vergeleken met wat er bijvoorbeeld aan de sponsoring van wielrennen werd uitgegeven. Bij veel bedrijven staat nu het begrip duurzaamheid voorop. Als er iets duurzaam is, dan is het kunst wel.'