

Telegraaf, vrijdag 18 december 2015



Foto: Ronald Bakker

## Bedrijven kopen weer kunst

door Paola van de Velde

Amsterdam - De Vereniging Bedrijfscollecties Nederland (VBCN) bestaat tien jaar. Reden voor een feestje. Niet in de laatste plaats omdat de economie na zeven magere jaren weer aantrekt en bij de meeste leden de aankoopbudgetten niet langer zijn bevroren, maar terug zijn op het niveau van voor de crisis.

"De crisis is een tijd van bezinning geweest", zegt Sanne ten Brink, hoofdconservator van de ING Collectie en sinds mei van dit jaar voorzitter van de VBCN. "Over de hele linie is er de afgelopen jaren minder kunst aangekocht door bedrijven en overheden. Maar procentueel is die afname wel kleiner geweest dan de teruggang in kunstkopen onder de gehele culturele sector."

### Kunstbudgetten

Voorals beursgenoteerde bedrijven (banken en andere multinationals) bevroren hun kunstbudgetten tijdelijk. "Van onze leden weet ik dat de geldstromen bij zorginstellingen en hogescholen gedurende de recessie nagenoeg gelijk zijn gebleven. Maar bezuinigingen of niet, 95% van onze leden is gestaag doorgaan met collectiebeheer."

Zelf greep Ten Brink bij ING de recessie aan om de verzameling van de bank flink op te schonen. "Wij hebben het aantal werken in onze collectie teruggebracht van 25.000 naar 10.000. Zeker vijf jaar lang hebben we ook geen nieuw werk aangekocht. Maar sinds dit jaar verzamelen we weer."

### Beweging

Ook andere bedrijfscollecties die enkele jaren 'on hold' hebben gestaan, komen weer in beweging. Zo maakte ABN Amro in januari bekend dat de bank voor het eerst sinds 2008 weer kunstankopen doet. Ook de ABN Amro Kunstprijs werd na zeven jaar afwezigheid in ere hersteld.

"En er is meer goed nieuws. Akzo Nobel opent binnenkort een nieuwe expositieruimte in hun nieuwe hoofdkantoor aan de Zuidas", vertelt Ten Brink enthousiast. "Elke werkdag genieten niet minder dan 100.000 mensen, werknemers, patiënten en cliënten, van de kunstwerken - niet zelden van museale kwaliteit - die de gezamenlijke bedrijfscollecties in ons land beheren."

## **Openbare ruimtes**

Want behalve in kantoren, is er ook kunst in openbare ruimtes zoals ziekenhuizen of op universiteiten en hogescholen. "Het AMC biedt in totaal 100 kilometer aan kunst, verspreid over zijn overdekte pleinen en gangen. Die collectie is net als die van het LUMC zelfs 24 uur per dag toegankelijk voor patiënten en bezoekers. Dat is uniek. Geen museum doet hen dit na. Op jaarbasis brengen onze leden miljoenen mensen in contact met hedendaagse kunst."

De VBCN werd in 2005 opgericht met als doel om de handen ineen te slaan en expertise te delen. "En ook de kloof tussen de corporates en de kunstwereld te verkleinen. De samenwerking is destijds met 25 leden gestart. Inmiddels zijn het er 50."

"Dat aantal is stabiel. Er gaat wel eens een lid weg, maar er komen ook nieuwe bij. Het afgelopen jaar mochten we weer drie nieuwe leden verwelkomen: Van Lanschot Bankiers, het Radboud UMC in Nijmegen en Zuyderland in Heerlen", vertelt Ten Brink.

## **Identiteit**

Volgens haar liggen er veel kansen voor bedrijfscollecties. "Een kunstverzameling bepaalt mede de identiteit van het bedrijf. Zeker met het oog op het Nieuwe Werken, waarbij mensen steeds vaker elders werken, is het nodig dat de kantoorruimte zich onderscheidt van wat men thuis heeft. De gezamenlijke werkplek moet inspirerend zijn voor medewerkers en klanten. Goedgekozen kunst kan daarin een belangrijke rol spelen."

ING zet de bedrijfscollectie ook specifiek in voor inspiratiesessies met managers. "Daar is veel belangstelling voor. Zulke trainingen zijn binnen vijf minuten volgeboekt. Net als onze rondleidingen voor het personeel en hun kinderen. Wij experimenteren voortdurend met nieuwe initiatieven en delen die ervaringen ook met collega-leden. Natuurlijk zijn ING en de andere financiële instellingen als het om bankzaken gaat concurrenten, maar in de kunst werken we gebroederlijk samen."

## **Tentoonstelling**

Ter gelegenheid van het jubileum is vanaf 18 december de tentoonstelling 'VBCN 10 jaar jong' te zien in expositieruimte VBCN Open Space in Amsterdam. "We tonen hierbij niet de gebruikelijke hoogtepunten uit de verschillende bedrijfscollecties", stelt Ten Brink. "De expositie is samengesteld door Alix de Massiac en Vincent van Velsen. Deze jonge curatoren wonnen dit jaar de VBCN Open curatorenprijs en spelen in op de de trend van big data."

Ten Brink: "Meten is weten, is het huidige adagium in veel bedrijven, waarbij waarde afhankelijk is gemaakt van cijfers en rendement. Op basis van statistiek analyseerden de twee curatoren 29 bedrijfscollecties. Dankzij parameters als leeftijd van de kunstenaar, datering, medium en afmetingen van de kunstwerken selecteerden zij zowel het meest gemiddelde, als het meest afwijkende kunstwerk uit de collecties."