

Bedrijfskunst ter inspiratie

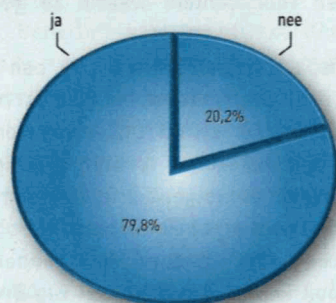
Waarom leggen bedrijven kunstcollecties aan? Om medewerkers te motiveren en de status van het bedrijfspan te verhogen, denken de lezers uit het vaste MT-lezerspanel. Bedrijfskunst is beslist niet het 'speeltje' van de directeur.

Tekst Robert Mulders

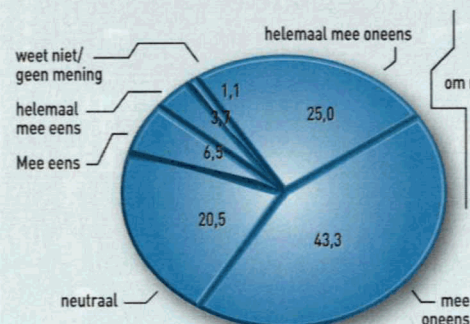
Stel: er zitten bezoekers voor u in de receptie. Waar kijken zij tegenaan? Een saai tijdschriftenrekje? Of een stapeltje oude jaarverslagen, nu al fettig van de vele vingers die de bezoeker voorgingen? Of heeft u – het zou zo maar kunnen – geïnvesteerd in een echt schilderij aan de muur? De kans op dit laatste is de laatste jaren alleen maar groter geworden.

Nederlandse bedrijven zijn meer in kunst gaan investeren, zeker de grote multinationals. Hun collecties kunnen zich tegenwoordig meten met die van musea. ABN Amro beheert 16.000 werken, ING heeft er meer dan 20.000 in huis en bij Fortis telt de catalogus er zo'n 8500. Dit is geen hobbyisme meer, dit is een ware sector. Compleet met een eigen vereniging (de Vereniging »

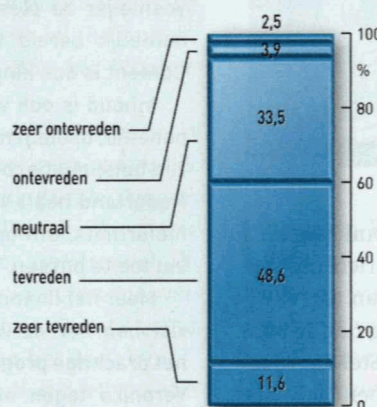
Hangen of staan er kunstobjecten binnen uw bedrijf?



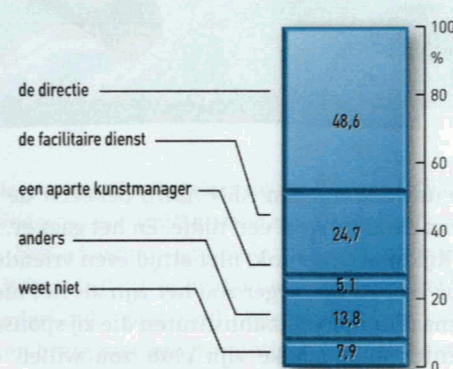
Bent u het oneens of eens met de volgende stelling: Bedrijfskunst is weggegooid geld. Dit kan elders beter worden besteed, bijvoorbeeld aan de dividenduitkering



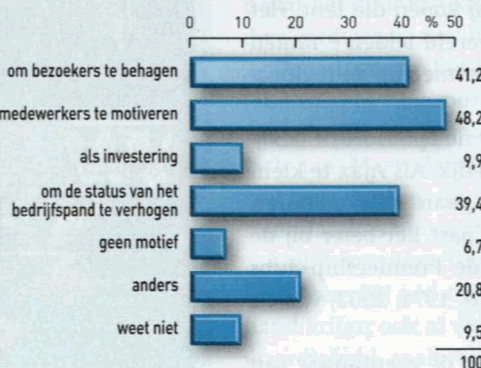
Bent u tevreden over deze kunst?



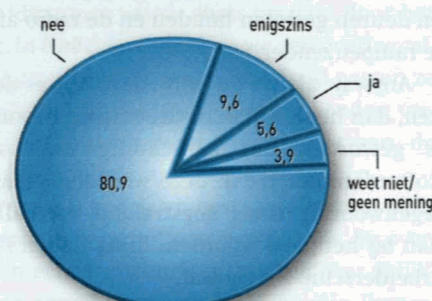
Wie gaat er in uw organisatie over decoraties, waaronder kunst?



Om welke reden(en) heeft uw bedrijf kunst in huis gehaald? (meerdere antwoorden mogelijk):



Hoort de mooiste en duurste kunst te worden gereserveerd voor de directiekamer?





GERT JAN VAN ROOIJ

Het pronkstuk uit de bestuurskamer van Akzo Nobel: 'Children in meeting' (2004) van Tang Zhigang.

Bedrijfscollecties Nederland) en fulltime kunstmanagers. De tijd dat kunst niets meer was dan decoratie hebben veel bedrijven allang achter zich gelaten.

De managers in het MT-lezerspanel ervaren dit net zo. In een enquête legden we de lezers een stelling voor: 'Bedrijfskunst is weggegooid geld. Dit kan beter elders worden besteed, bijvoorbeeld aan de dividenduitkering'. 68 procent van de respondenten is het hiermee oneens. Een tweede stelling ('kunst is het speeltje van de directeur') kon evenmin op veel steun rekenen, 71 procent is het er niet mee eens. Gevraagd naar de motieven om kunstcollecties aan te leggen, vermoeden de meeste lezers dat bedrijven dat doen om medewerkers te motiveren, bezoekers te behagen en om de status van het bedrijfspand te verhogen.

Topstukken

Laten we deze resultaten eens voorleggen aan een 'ervaringsdeskundige'. Hester Alberdingk Thijm werd in 1996 door toenmalig bestuursvoorzitter Kees van Lede gevraagd leiding te geven aan de net opge-

richte Akzo Art Foundation. Het beleidsplan dat zij vervolgens opstelde, was het startschot voor een kunstcollectie die zou uitgroeien tot ruim 1200 werken, een eigen website, en een jaarlijks budget van 'enkele

Chinese kunst doet het nu goed in het Westen

tonnen'. "De resultaten uit jullie enquête verrassen me niet," zegt Alberdingk Thijm. "MT-lezers zien duidelijk dat er beleid zit achter de kunst die bij hen in het bedrijfspand aan de muur hangt. Er is over nagedacht dat een aangekocht werk past bij het bedrijf." En ook niet te onderschatten: kunst aan de muur draagt bij aan het werkplezier. "Uit onderzoek blijkt dat werken in de nabijheid van kunst de creativiteit ten

goede komt." Vergeleken met die van ABN Amro of ING is de collectie van Akzo Nobel maar van bescheiden omvang, maar daar zitten wel enkele topstukken tussen. Een gelatinedruk van de Iraanse kunstenares Shirin Neshat bijvoorbeeld, of schilderijen van Michael Raedecker. "Van hem is laatst een schilderij geveild voor 900.000 dollar," vertelt Alberdingk Thijm trots. In de vergaderzaal van de raad van bestuur in Arnhem hangt een schilderij van Tang Zhigang. Het stelt vier kinderen voor achter een vergadertafel. Het tafereel waar Hans Wijers en zijn collega's met enige regelmaat tegen aankijken, straalt een onmiskenbaar communistische sfeer uit (een jeugdige Mao Zhedong?), al ziet Alberdingk Thijm er liever geen politieke lading in. Het schilderij geeft wat haar betreft goed weer dat Akzo op een internationaliseringsgolf voortbeweegt. En ook niet onbelangrijk: de prijzen op de Chinese kunstmarkt stijgen met het uur. "Chinese kunst doet het nu heel goed in het Westen. Het is alleen de vraag of dat zo blijft."