

KUNSTCOLLECTIE WIL TEVENS COMMUNICATIEMIDDEL ZIJN

Smits, R.M. /
woensdag 05 juni 1996, 00:00

KUNSTCOLLECTIE WIL TEVENS COMMUNICATIEMIDDEL ZIJN Werken vanuit de leegte. Ruimtelijkheid en ruimte - ook de mentale - laten bepalen hoe de werkomgeving te verheffen tot inspiratiebron voor alledag. Met deze intentie bracht Akzo Nobel vorige week officieel de opbouw van een eigen collectie beeldende kunst naar buiten. Aan de hand van een kleine tentoonstelling van werken die het concern al langer had. En aangekleed met de onlangs verworven nieuwe composities alsmede de presentatie van een luxe band waarin belangstellende Akzo-werknemers de collectie kunnen meeverzamelen. Want van ieder belangrijk object wordt een korte publikatie met afbeelding samengesteld plus het waarom van de aankoop. Gaandeweg moet zo een losbladige catalogus ontstaan die ook te benutten is als relatiegeschenk.

Eigenlijk had hij het doek in zijn werkkamer willen hebben, mr Cees van Lede, bestuursvoorzitter van Akzo Nobel. Maar een kunstcollectie kan beter niet beginnen in de burelen van het topmanagement, liet Van Lede zich overtuigen. En zo hangt 'Verdrinken' van Gijs Frieling toch in de centrale hal van de ontvangstruimte van Akzo's hoofdkantoor in Arnhem. Als enig echt figuratief werk te midden van de jongste aanwinsten. De plek is bijna symbolisch: op luttele meters van de beek die het Akzo-gebouw doorstroomt, zo aangelegd nadat bij de bouw een ondergrondse bron was aangeboord.

Frieling (1966) behoort tot de allerjongsten van wie Akzo Nobel de afgelopen weken werk aankocht. Jong talent staat al langer centraal in het concernbeleid, zoals ook blijkt uit de concertenreeks 'Akzo Nobel for young talent', waarmee het bedrijf over de wereld reist (volgend jaar tot in China met het Koninklijk Concertgebouworkest).

Akzo Nobel is relatief laat met het vormen van een kunstcollectie. Van Lede in eigen persoon blijkt de gangmaker. Hij trok Hester Alberdingk Thijm (ex-Beurs van Berlage, ex-Museum Boymans) aan als directeur voor de daartoe opgerichte Akzo Nobel Art Foundation, stelde inclusief zichzelf vier bestuursleden aan (onder wie twee museumdirecteuren) en bemoeide zich intensief met de eerste aankopen.

Overigens opereert dat bestuur in beginsel op afstand bij het aankoopbeleid. Net zoals bij diverse andere bedrijfscollecties bepaalt een speciale adviseur de aankopen.

Toen Alberdingk Thijm een inventarisatie begon, trof zij een vrijwel leeg gebouw aan in Arnhem en een ratjetoe van objecten die voor kunst mochten doorgaan. Er doken verschillende interessante en waardevolle werken op, maar ook objecten waarvan, zoals Van Lede het formuleert, 'de lijst meer waard was dan het doek zelf'. Sinds Akzo Nobel zijn nieuwbouw in Arnhem voltooid, was er slechts sprake van twee gerichte kunstprojecten. Zoals de beschildering van de plafonds in het personeelsrestaurant door het collectief Alumette, dat de ruimte in drie kleuren splitste: rood (leven), blauw (tijd) en geel (natuur). De schilderijen borduren voort op werken van dezelfde groep aan de muren in het restaurant; in zoverre is hier (nog) geen sprake van autonome kunst binnen een gericht Akzo Nobel-collectieconcept.

Voor de initiatiefnemers van de Art Foundation geldt het Akzo Nobel-logo als een lichtend baken. Het bekende mannetje in blauw, met gespreide armen, een gebalde vuist en een open hand en de blik naar rechts (voor de toeschouwer), is ontleend aan een bas-relief uit de Griekse oudheid, dat diende als standaard voor maten en verhoudingen. 'Het kan de fysieke vertaling, de mondiale opzet van de onderneming verbeelden', zegt Van Lede. 'Wij identificeren ons met een symbool uit de wereld van de kunst en grijpen daarmee terug op een traditie waarin het geloof in de kracht van het denken centraal staat.' De bestuursvoorzitter kon het bij de presentatie van de Art Foundation niet laten de rest van ondernemend Nederland voor te houden dat Akzo Nobel daarin voorop liep: het verwerken van de menselijke gedaante in een concernlogo. Een initiatief dat vooral in de financiële wereld inmiddels navolging vond.

De eerste werkzaamheden van de nieuwe stichting behelsden het lijn brengen in de al aanwezige kunst, die grotendeels toevallig in de Akzo-schoot verzeild was geraakt. Tot veler verrassing werden acht werken van Eugene Brands (1912) ontdekt, overigens vijf minder dan blijkens de officiële stukken in 1960 waren aangekocht. Wat Akzo rest van deze Cobra-schilder 'op afstand' (en duidelijk door Chagall beïnvloede kunstenaar) hangt thans als een kleine expositie in het Akzo-personeelsrestaurant. Een ketting van figuratieve werken waaraan een zweem van abstractie niet vreemd is. En die zo een boeiende ouverture vormt van wat de Akzo Nobel-kunstcollectie bezig is te worden.

van wat de Akzo Nobel-kunstcollectie bezig is te worden.

Want nadat Van Lede en Alberdingk Thijm enkele even behoedzame als avontuurlijke eerste aankopen hadden gedaan, viel het chemieconcern een glanzend rijpe appel in de schoot: een grote financiële instelling kwam na een recente bestuurswisseling tot het merkwaardige inzicht dat gestopt moest worden met de vorming van een bedrijfsverzameling, waarop de bestaande

collectie voor een belangrijk deel ontmanteld werd. Akzo Nobel sprong niet alleen in dit gat, maar onderkende ook het gevaar van bestuurswisselingen voor een kunstbeleid en vormde mede om die reden een aparte stichting voor dit concernonderdeel.

Met de aankoop van vijftien werken uit de boedel behoorde de onderneming enkele veelal nog jonge en daardoor in kunstmarkttechnische zin kwetsbare kunstenaars voor een mogelijk pijnlijke confrontatie met de veiling.

Zo vormt een doek van Jos van Merendonk nu een speelse verbinding tussen de centrale hal, de daarvan door glas gescheiden buitenwereld en de metershoge planten in de binnenruimte. Onder de ene lichtinval ogen de diagonale, groene, gelaagde lijnen als varenbladeren die de handen ineenslaan, onder de andere zijn ze ineens het dikkere, grovere loof van dadel- of kokospalm.

Een werk van Jurriaan Molenaar staat als wachter aan de rechtermuur bovenaan de eerste trap: een vierkant dat geen vierkant is, een blauw dat geen blauw is, doch een materiaalkeuze weerspiegelt (polyester en linnen) die niet misstaat bij een chemieconcern.

Voorts ontmoet de bezoeker in Arnhem onmiddellijk bij binnenkomst een koperkleurige tol van Henk Visch: 'You never have a second chance for a first impression.' Dit werk is vooral uit de boedel van de afstotende verzamelaar

overgenomen omdat het naadloos aansluit op wat Akzo Nobel mede beoogt met zijn collectie: discussie uitlokken. 'Een artistieke uiting is pas echt', zegt Alberdingk Thijm, 'als erover gecommuniceerd kan worden. In den beginne wordt het slechts gezien of gehoord; dan volgt op die eerste zintuiglijke ervaring een tweede beleving: het verlangen om de aanvankelijke impressie nader te onderzoeken.'

Maar voor die eerste indruk zelf komt nooit een herkansing, werpt Henk Visch met zijn werk de kunstwereld tegen vanachter de schuifdeuren van het Akzo Nobel-hoofdkantoor.

Twee blikvangers bij uitstek volgen Visch' werk in Arnhem op de voet. De eerste: een sculptuur van de Brit Alex Hartley, dat om grote afstand van de toeschouwer vraagt. Het is de lege galerieruimte, vervat in een foto achter gezandstraald glas, die als een 'doos' tegen de muur staat, daarbij ook nog eens spottend met de wetten van stereometrie en perspectief. Het is het oerbeeld van de Akzo Nobel-collectie: in den beginne was alles woest en ledig.

Maar ziet, inmiddels is de ruimte ingevuld. Als een gastheer in een zich stabiliserend evenwicht wacht midden in de hal bovenaan de eerste trap 'Me oh my' van Alex Vermeulen. Een doopvont als duikelaar dat steeds moeiteloos de eigen balans hervindt en waarbinnen zich een kubistische vertaling ophoudt van 'De denker' van Rodin. Met een voornaam verschil: het mannetje heeft de armen strak tegen het lijf. Meer dan zomaar een detail tegen de achtergrond van het eigen Akzo Nobel-logo? Een uiting van machteloosheid? In ieder geval brandstof genoeg voor de beoogde discussie, voor communicatie binnen een onderneming die zojuist voor een eigen kunstbeleid de aftrap gaf. Nu nog de storende kleedjes van tafel...

Matthijs Smits

Eugene Brands, 'Veulen in vrijheid'. Het werk maakt deel uit van een serie van acht waarmee Akzo Nobel een kleine expositie houdt ter introductie van het nieuwe collectiebeleid.

FOTO: IRENE DE GROOT (TOM HAARSEN STUDIO)