

wegheeft van een restaurant, staat een grote kast vol kleurstalen van verproducten. 'Ja, hij gaat weg,' komt de chef direct aan Hester vertellen. Dank je. Geen reclame tussen de kunst. 'Kunst in een bedrijfscollectie moet meer karakter hebben dan elders. Een kantoorruimte is geen witte galerie, andere mooie of lelijke zaken trekken de aandacht, zoals grote tafels, bureaus en uitzichten over de stad. Kunst moet veel meer kunnen dan zichzelf zijn. Het moet de ruimte naar zich toe kunnen trekken. Ik koop altijd iets aan met de basis van de collectie als uitgangspunt waarbij de verwantschap met het bedrijf, namelijk kleur en onderzoek, centraal staan. Daardoor hebben we veel abstracte werken.' In de gangen en kantoren tref je geen vreemde experimenten aan, logisch, een bedrijfscollectie is om nieuwe wegen in te denken en niet om te choqueren. Wel een vreemde apensculptuur van Florian Götke. Volgens Hester is niet seks of naakt het taboe maar met name de dood: werken met zelfs maar de suggestie van de dood roepen altijd protest op. Een meisje dat ligt te dromen met haar ogen dicht doet denken aan de dood en dat is veel beangstigender dan seks.

De collectie is haar levenswerk, haar passie. 'Kunst kan niet zomaar aan de deur worden afgeleverd, je moet ervoor zorgen, er blijvende aandacht aan geven, het een thuis geven. Deze bedrijfscollectie is een verhaal van grote liefde, en van grote zorg.' En van volharding.

Een werk als *Victoria Regia (First Night Bloom)* van Keith Edmier kon Hester kopen doordat ze hem als jonge kunstenaar leerde kennen en contact was blijven houden. Na de kunstacademie liep hij stage in Hollywood om special effects te bestuderen. Hij deed onderzoek naar een grote plant en was op zoek naar de beste manier om die



Keith Edmier, Victoria Regia (first night bloom), 1998. (Kunstcollectie AkzoNobel)

Marlies Meijer bij het werk 'Barbie' van Marlene Dumas



Hester Alberdingk Thijm bij het werk van Keith Edmier

DE KUNSTCOLLECTIE AKZONOBEL

Hanne Hagens

Waarom bedrijven kunst verzamelen is vaak moeilijk te zeggen. Al snel vallen er woorden als Corporate Social Responsibility (CSR), wat zoiets betekent als dat je als bedrijf een voorbeeld bent van goed burgerschap. Dat klinkt mooi, maar wat houdt het precies in? Misschien vertellen mindere tijden meer over de waarde van een collectie voor een bedrijf. In de huidige kredietcrisis en na de vele fusies blijken de bedrijfcollecties opeens een koekoeksjong.

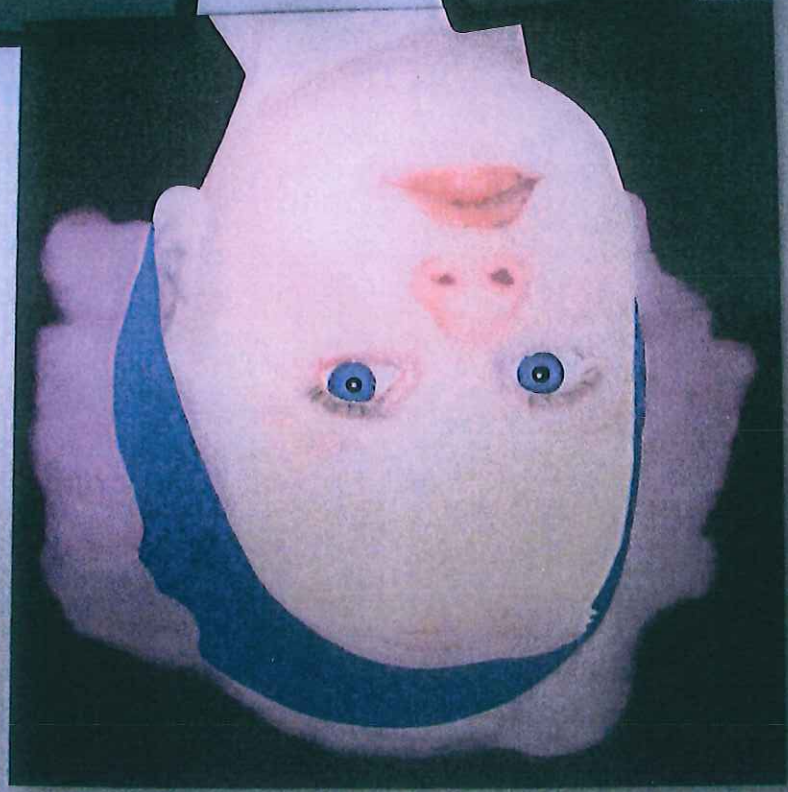
Naaft de bedragen die met de grote overnames gemooid zijn, is de waarde van de kunst *peanuts*. Pas na een fusie komt de collectie aan bod, en dan blijkt alles mogelijk: verkoop opheffen, opsplitsen (ABN AMRO), of de collectievorming stoppen (PTT/ KPN/ TNT). Ook AkzoNobel heeft een stap terug moeten doen, maar de collectie is nog steeds het hart van de werkplek.

Het hoofdkantoor van AkzoNobel staat aan de Strawinskylaan in Amsterdam, in het hart van de Zuidas, het gebied met de hoogste concentratie ambitie per vierkante kantoor meter, al is daar de laatste tijd wel wat in geknakt. Van binnen is het saai - er is zelfs een systeemplafond - maar de kunstwerken stralen je tegemoet in elke ruimte. Hester Alberdingk Thijm, directeur van de collectie, heeft de plek als een museum opgevat en op haar wens is de inrichting erop aangepast, en bijvoorbeeld met grijze tapijten neutraal gehouden. Ze heeft maanden voor de verhuizing heel secuur, met papieren plannen, de inrichting van de werken bepaald. En met succes, want je vergeet dat nare plafond meteen. De kunstwerken hebben niets van doen met decoratie, maar functioneren eerder als een dragend skelet.

Per etage zijn de werken thematisch of naar een kunstenaar gegroepeerd. Zo hangt er op de verdieping van de raad van bestuur abstracte kunst, wat aansluit bij de abstracte manier van denken die op dit niveau past. Kunst uit de derde wereld past bij het internationale karakter van het bedrijf, en een afbeelding van een vliegtuig waarbij een vluchting meelift op het wiel wordt niet te politiek bevonden en hangt op een directeurskamer. De mensen op de werkvloer leven met de kunst. In de kamer naast Hester werkt Marlies Meijer. Zij identificeert zich met een getekend portret (*Barbie*) van Marlene Dumas. Ze pakt een stoel en gaat ernaast zitten, om de gelijkens aan te tonen. Zie je? Ze heeft zelfs de galerie van Dumas genald om in contact te komen met de kunstenaar.

Hester Alberdingk Thijm treedt me met grote openheid tegemoet. Binnen een kwartier weet ik dat het budget om kunst aan te kopen voorheen vijf ton per jaar was en dat dit in deze financieel moeilijke tijden is teruggebracht tot anderhalve ton. Ik mag overal fotograferen. Steeds vallen innovatie en vernieuwing als de sleutelbegrippen waarbinnen kunst en bedrijf elkaar ontmoeten. AkzoNobel is een chemiebedrijf. De innovatie in het bedrijf bestaat uit het voortdurend zoeken naar nieuwe, betere producten. Zoals een verf waardoor algen en andere zeeorganismen minder aan de buitenkant van schepen blijven plakken en ze minder olie gebruiken. Door minder wrijving tussen boot en water bespaart deze antifoulingverf zeven à acht procent energie. En op het internet vind ik iets over intelligente verf, een verf die zichzelf kan repareren.

In onze rondgang door het bedrijf toont Hester zich als een strenge hoedster, een soort esthetische politie met uitgesproken opvattingen. In de bedrijfskantine, die meer



Katinka Lampe, zonder titel (180036), 2003. (Kunstcollectie AkzoNobel)

December 2009
Mstee mat (u)