

2 maart 2023

Kunst op kantoor moet urgent en dienstbaar zijn

Susan Sjouwerman

Zo'n vijftig Nederlandse bedrijven hebben een kunstcollectie van formaat. Zo geven ze hun panden kleur en tonen cultureel engagement. Maar wat hebben medewerkers eigenlijk aan een sculptuur in de kantoortuin?



Vaak kopen bedrijven werk aan van beginnende kunstenaars die de aandacht trekken. Foto: ANP

Een van de eerste bedrijfscollecties van Nederland kwam rond 1960 tot stand in een fabriekshal. Turmac Tobacco Company-directeur Alexander Orlow wilde van de sigarettenfabriek in Zevenaar een plek maken waar medewerkers graag wilden zijn, in de hoop dat ze productiever zouden worden. In samenwerking met de Nederlandse Kunststichting en het Stedelijk Museum Amsterdam liet hij werken van jonge kunstenaars ophangen in de hal, later gevolgd door stukken van Karel Appel en Corneille: zo ontstond de Peter Stuyvesant-collectie.

Wetenschappelijk onderzoek staft het idee dat Orlow destijds had. Een kantoorruimte verrijkt met goed licht, planten én kunst bevordert de productiviteit van medewerkers. Een experiment uit 2010 van organisatiepsycholoog Craig Knight, verbonden aan de Universiteit van Exeter, toonde aan dat deelnemers in een aangeklede ruimte 17% sneller werken en zich mentaal en fysiek meer op hun gemak voelen dan deelnemers in een ruimte met louter essentiële benodigdheden. Als in het experiment deelnemers hun zegje mochten doen over de inrichting, waren ze zelfs 32% productiever dan deelnemers in de kale ruimte. In een onderzoek van de Harvard-universiteit uit 2014 zeggen medewerkers van een Australische organisatie dat de kunst op kantoor onder meer sociale interacties bevordert, leergierig maakt en de sfeer verbetert.

Net zoals bij het bedrijf van Orlow begint een bedrijfscollectie vaak met interesse aan de top, zegt Erik Hermida van kunstadvisiebureau Onderneming & Kunst. 'Want ze hoeven het niet te doen. Bedrijven kunnen het geld dat erin gaat zitten ook gewoon aan aandeelhouders uitkeren.' De aankoopbudgetten voor Nederlandse bedrijfscollecties lopen uiteen van enkele tienduizenden euro's tot tonnen per jaar. 'Vaak kopen bedrijven werk aan van beginnende kunstenaars die de aandacht trekken en betaalbaar zijn. Het kantoormeubilair is doorgaans duurder dan de kunst aan de muur.'

Klein museum

Een van de bekendste bedrijfscollecties is die van AkzoNobel. Toenmalig topman Kees van Lede opperde in 1996 het idee voor de collectie, die nu uit circa tweeduizend werken bestaat. Het hoofdkantoor moest worden aangekleed, maar 'de bedoeling was ook om maatschappelijke tendensen en de toekomst, door de ogen van kunstenaars, het bedrijf binnen te halen', zegt AkzoNobel Art Foundation-directeur Hester Alberdingk Thijm. Die intentie is volgens haar onveranderd, al wordt de collectie op een andere manier ingezet dan voorheen. De kunstwerken hangen niet langer alleen in de kantoortuin en de bestuurskamer, maar sinds 2016 ook in de gratis toegankelijke Art Space van het gebouw aan de Zuidas. De ruimte heeft op jaarbasis de bezoekersaantallen 'van een klein museum'. 'Medewerkers, klanten, schoolklassen: iedereen is welkom. Dat maakt het nog belangrijker dat de kunst functioneert voor mensen met uiteenlopende achtergronden.'

Personeel lijkt dat te waarderen. Uit onderzoek dat AkzoNobel vóór de coronacrisis deed, blijkt dat 80% van de medewerkers kunst in de werkomgeving een goed idee vindt. Een onderzoek van kunsthistoricus Arnold Witte uit 2018 toonde aan dat ruim driekwart van alle medewerkers van organisaties aangesloten bij de Vereniging Bedrijfscollecties Nederland (VBCN) de kunst van toegevoegde waarde vindt.

Levert een bedrijfscollectie eigenlijk iets op?

- Kunstwerken kunnen in de loop van de tijd meer waard worden, maar ‘geld verdienen met kunst is moeilijk en het is niet waarom bedrijven kunst kopen’, zegt Erik Hermida, van Onderneming & Kunst.
 - Er kunnen wel fiscale voordelen zijn als bedrijven hun collectie onderbrengen in een stichting met ANBI-status, zoals onder andere ASR, ABN Amro en KPMG hebben gedaan.
 - Giften geschonken aan een stichting met ANBI-status kunnen van de vennootschapsbelasting worden afgetrokken, zegt Marco Bik, van Jongbloed Fiscaal Juristen. ‘Maar dat leidt niet tot gigantische voordelen, zeker niet als het gaat om beperkte bedragen.’
-

Herkenning

Organisaties gaan dan ook redelijk ver om medewerkers te behagen met de kunst. ‘Voor ING vormen medewerkers het voornaamste bestaansrecht van de bedrijfscollectie’, zegt hoofdconservator Caroline Vos. In de jaren tachtig deed de bank – met een collectie die nu zeventuizend werken telt – onderzoek naar het type kunstwerken dat medewerkers graag wilden zien en later werd dat onderzoek nog eens herhaald. ‘In beide gevallen kwam eruit dat mensen iets in de werken willen herkennen. Daarom bestaat de collectie voor een groot deel uit hedendaagse, internationale figuratieve kunst.’

Voordat kantoortuinen in zwang raakten konden ING-medewerkers zelf kiezen welk kunstwerk ze bij hun bureau wilden hebben. Vos geeft aan dat nog altijd naar de voorkeuren van medewerkers geluisterd wordt. ‘Als mensen verknocht zijn aan een kunstwerk maar naar een andere afdeling verhuizen, doen we er alles aan om het werk mee te laten verhuizen.’ En er zijn ook weleens bezwaren. Bij AkzoNobel wordt een enkele keer een werk weggehaald na klachten. Alberdingk Thijm: ‘Een foto van een klein meisje in een bloemenveld hebben we verplaatst omdat er op de afdeling een mevrouw werkte die haar dochter was verloren.’

Een directeur of conservator van een bedrijfscollectie moet dan ook dienstbaar zijn, aan medewerkers en directie, maar vooral ook aan het DNA van de organisatie. Volgens Alberdingk Thijm is er zonder dienstbaarheid geen draagvlak. Vos deelt die mening, en benadrukt net als Alberdingk Thijm dat een bedrijfscollectie in feite veel verschillende taken moet vervullen. ‘Het allerbelangrijkste in mijn werk is dat ik de collectie laat aansluiten op de visie van ING en de thema’s in de samenleving die wij belangrijk vinden. Maar kunst moet ook gewoon functioneel zijn: het moet bij de ruimte passen en waar nodig een glimlach op je gezicht brengen.’