

K U N VAN CORPORATES S T

Achter de beveiligde deuren van 's lands multinationals liggen stapels kunstwerken, vaak van onschatbare waarde en internationale betekenis. Bij hoge uitzondering mocht Quote neuzen in de kunstkluizen van de corporates, van grootbank ING tot verfreus AkzoNobel. 'We richten ons op unieke, hoogwaardige stukken.'

Tekst FLORIS KAPPELLE Beeld FRISO KEURIS

Ik werk in een snoepwinkel.'

Danila Cahen (52) zegt het zonder ironie. Ze is curator bij ABN Amro, dat naast 5 miljoen Nederlandse rekeninghouders ook een omvangrijke kunstcollectie heeft. 'Van museale kwaliteit', oordeelt ze. Haar rol? 'Bemiddelen tussen kunst en publiek. Zorgen dat iemand op kantoor verrast wordt.' Volgend jaar bestaat de collectie vijftig jaar. 'Ze is ontstaan uit fusies. De kern ligt bij Amro, waar in 1977 werd besloten: we gaan kunst in de kantoren hangen.' Visionair in een tijd waarin wel meer bedrijven kunst ontdekten als statussymbool en *soft power*. 'Het idee was drieledig: medewerkers in aanraking brengen met kunst, relaties een rijkere omgeving bieden en ondersteuning van de culturele sector.' Nu bezit de bank 6000 kunstwerken, verspreid over zo'n 25 kantoren, maar ooit waren dat er 14.000. 'Herijking was de boodschap', zegt Cahen. 'In de jaren zeventig werd er veel grafiek in oplage gekocht, soms wel acht exemplaren. Dat hebben we teruggebracht. We richten ons nu op unieke, hoogwaardige stukken.' De collectie bestrijkt naoorlogse en hedendaagse kunst, voornamelijk uit Nederland. 'We willen een spiegel zijn van wat hier gebeurt, maar wel in een internationale context. Dus je ziet zowel jong talent als gevestigde namen. We volgen kunstenaars hun hele carrière. Dat zorgt voor verdieping.' Zoiets vereist scherpzint, zeker met een budget van 200.000 euro per jaar. 'Dat is bescheiden, dus moet je vroeg instappen. Bij kunstenaars als Marlene Dumas hebben we dat gedaan. Dan heb je topstukken in handen die je nu niet meer zou kunnen betalen.' Scouten is haar tweede natuur. Beurzen, galerieën, academies: Cahen is er kind aan huis. 'Je kijkt en kijkt en maakt dan een gecalculeerde, soms gedurfde keuze. Dat is mijn vak.' Soms is het raak. Neem *Scherpe Tongen* van Lara Schmitz, in de kunstruimte van de bank. Vier vrouwen, ogenschijnlijk roddelend. 'Zij verbindt dat aan heksenvervolging in de zeventiende eeuw en de kracht van vrouwelijke communicatie', zegt Cahen. 'Het is politiek, maar ook gewoon prachtig. Zelfs zonder context werkt



Hester Alberdingk Thijm

het.’ Die balans tussen esthetiek en inhoud is leidend. ‘Ik koop niet op mijn persoonlijke smaak. Het moet passen binnen de collectie en iets toevoegen. Kunst moet je raken, maar ook een tweede laag hebben, iets waar je later nog over nadenkt.’ Dat betekent ook: het mag schuren. ‘We vermijden werk dat mensen choqueert, maar maatschappelijke thema’s als klimaat, migratie en ongelijkheid horen erbij. Kunstenaars zijn de voelsprietten van de samenleving.’ Het kan hard binnenkomen, zoals een werk van de Libanees-Nederlandse Mounira Al Solh over haar oorlogservaringen. ‘Mensen stonden hier in tranen. Dan weet je: dit doet ertoe.’ Werken verdwijnen niet in de kluis, de bank streeft naar zichtbaarheid. Tentoonstellingen in de eigen kunstruimte, bruiklenen aan musea, samenwerkingen met musea als Singer Laren en het Stedelijk in Amsterdam. Daar is nu het werk

te zien van Ivna Esajas, winnaar van de ABN Amro Kunstprijs voor vrouwelijk talent. ‘Gelijke kansen: een belangrijk thema voor de bank’, vertelt Cahen. ‘Met zo’n prijs dragen we daar concreet aan bij.’ Het doet wel pijn als een werk tijdelijk naar elders gaat. ‘We krijgen mails als we het weghalen: of het alsjeblieft terug kan. Mensen bouwen er echt een band mee op.’ Als we het dan toch even persoonlijk maken: wat als ze één werk mee naar huis mag nemen? ‘Anish Kapoor. Zijn werk trekt je naar binnen, raakt je in de onderbuik. Als je erin kijkt verdwijnt je spiegelbeeld.’ We staan voor zo’n Kapoor, een glanzend paars, hol oppervlak. Het oogt solide, maar gedraagt zich als een illusie: wie dichterbij komt daalt af in een peilloze diepte. Iedereen wordt erin gezogen, van bankier tot bezoeker, alsof status ook maar relatief is in deze spiegelende bubbel. Dit is meer dan een kunstwerk,

het is een stille *power move* met een prijskaartje waar je u tegen zegt: op veilingen gaat een Kapoor soms het miljoen te boven. Maar het waardevolst is misschien wel dat zeldzame gevoel dat je heel even nergens meer vat op hebt. ‘Dat is wat kunst kan doen: je even uit de realiteit trekken.’

IJzersterke thema’s

Wie denkt dat bedrijfscollecties stoffig zijn, heeft nog niet rondgelopen bij AkzoNobel op de Zuidas, dat jaarlijks 10 miljard euro omzet met merken als Sikkens, Flexa en Alabastine. In drie decennia bouwde **Hester Alberdingk Thijm** (66) een buitengewone verzameling op bij de verfgigant. ‘We zijn allang geen bedrijfscollectie meer’, zegt ze met twinkelende ogen. ‘We zijn een art foundation, maar meer nog een klein museum.’ En niet eens zo klein. Met bijna 2500 werken, waarvan zo’n 1400 permanent tentoongesteld in het hoofdkantoor in Amsterdam, is dit een van de meest prestigieuze corporate collecties van Europa. Nog elk jaar investeert Akzo circa 600.000 euro in aankopen en ruim het dubbele in bijkomende kosten. Kunst als *asset class*, al zal Alberdingk Thijm het nooit zo zakelijk formuleren. De basis werd in 1996 gelegd door toenmalig ceo Kees van Lede. Zijn visie blijkt van blijvende waarde: al zijn opvolgers omarmden de kunst en ook huidig ceo Grégoire Poux-Guillaume doet dat met verve. De oorspronkelijke verzamelstrategie staat

eveneens fier overeind, met drie pijlers als fundament: kleur, mens en ruimte. ‘IJzersterke thema’s’, vindt ze. ‘Na dertig jaar zie je dat alles klopt. Intussen ben ik de dirigent van een orkest. Alle kunstenaars zijn solisten, maar samen vormen ze één geheel.’ Onder

die solisten namen als Robert Zandvliet, met 25 werken goed vertegenwoordigd, en internationale zwaargewichten als Keith Edmier en Otobong Nkanga. Net zo belangrijk zijn de

opkomende talenten, die hier hun eerste podium krijgen.

Het geheim achter de indrukwekkende waarde-groei? Vroeg instappen. ‘We kopen het liefst jonge kunstenaars’, zegt Alberdingk Thijm. ‘*Emerging artists* zitten rond de paar duizend euro. Maar als ze doorbreken stijgen ze gemiddeld 10 procent per jaar, en soms veel meer.’ Een klassiek voorbeeld: Bernard Frize. Ooit aangekocht voor zo’n 5000 gulden, inmiddels goed voor prijzen tussen de 50.000 en 200.000 euro. ‘Die kopen we niet meer: te duur.’ En verkopen? Nooit. De collectie is geen handelsvoorraad maar een langetermijninvestering, zowel cultureel als financieel, en nauw verweven met de corporate identiteit. Kleur en innovatie, de kern van AkzoNobel, vormen de rode draad. ‘We zoeken kunstenaars met dezelfde mindset.’ Dat vertaalt zich ook in maatschappelijke thema’s. Exposities als *Earth* in de eigen Art Space sluiten naadloos aan bij de duurzame ambities van het bedrijf, zonder in marketingpraat te vervallen. ‘Het moet nooit decoratie worden. Dan ben je verloren.’ Ook de interne impact weegt zwaar. Kunst hoeft niet de bestuurskamer te sieren, het is vooral onderdeel van de werkcultuur. Medewerkers worden erbij betrokken en mogen bezwaar maken. ‘Als iemand zegt: haal dit weg, ik kan er niet mee werken, dan doen we dat.’ Toch schuurt het soms. Niet zozeer bij naakt of religie, maar bij existentiële thema’s. ‘De dood is ingewikkelder dan bloot.’

Na dertig jaar nadert het afscheid van Alberdingk Thijm. Haar foundation staat als een huis. Met de komende tentoonstelling *ReflAction* wordt teruggekeken en vooruitgeblikt, compleet met een duik in sleutelkunstenaars. Haar grootste trots? Niet de miljoenen-

waarde of de internationale erkenning, maar de kunstenaars zelf. ‘Jonge talenten begeleiden: dat is het mooiste wat er is. Dat is mijn levensgeluk.’ Ze kreeg een lintje voor haar werk, daar blijft

‘Ik ben dirigent van een orkest. Alle kunstenaars zijn solisten, maar samen vormen ze één geheel’

het wat haar betreft bij. 'Geen standbeeld voor mij. Ik zit al in al die werken.'

Eclectische verzameling

Kunst als integraal onderdeel van ondernemerschap en maatschappij: dat is het motto van Lakeside Capital Partners. Aan het roer van deze Rotterdamse onroerendgoedbelegger, financieel adviseur en investeringsmaatschappij, met in het portfolio een landelijke tandartsgroep, staat **Ali Keles** (42). Hij bouwde in tien jaar een fraaie kunstcollectie op die zo'n 200 werken omvat en nog elk jaar met ongeveer twintig werken groeit. Niet door strak beleid of spread-sheetlogica, maar door intuïtie. Urgentie zelfs, zegt Keles. 'Dat voel je gewoon.' Het resulteert in een eclectische verzameling schilderkunst, fotografie, videokunst, sculpturen en zelfs drijvende kunstwerken. Binnenkort krijgt een opmerkelijk zelfportret van multidisciplinair kunstenaar Levi van Veluw een vaste plek in de plas achter de kantoorvilla van Lakeside, half onder water en zichtbaar vanaf de weg. Humanisme vormt de rode draad in de collectie. Kunst is voor Keles namelijk een spiegel: waarom raakt iets jou, waarom schuurt het? Dat zijn de vragen die niet alleen zijn verzamelstrategie bepalen, maar ook hoe hij naar de rol van zijn bedrijven kijkt. Kunst is immers veel meer dan decoratie, het kan betekenis creëren binnen en buiten de organisatie. Een deel van de collectie is voor het publiek te zien in Het Depot van Museum Boijmans Van Beuningen in Rotterdam. Er komen topkunstenaars voorbij in wisselende tentoonstellingen.

Keles is tevens voorzitter van de Vereniging Bedrijfscollecties Nederland (VBCN), waar de teller op ruim 150.000 werken staat voor de aangesloten bedrijven samen, vergelijkbaar met Boijmans Van Beuningen. Bovendien komt ongeveer een kwart van alle hedendaagse kunst die in Nederland wordt verkocht bij deze corporates terecht. De focus verschuift van bezit naar betekenis, zichtbaarheid en mobiliteit. Zo heeft bijna 70 procent van de leden zijn kunstenaars geregistreerd, wat musea direct toegang verschaft tot duizenden werken. Op zoek naar een Dumas? De kans is groot dat je die vindt in een bedrijfscollectie. Een initiatief als de VBCN Open Curatorenprijs onderstreept die ambitie. Met ruim veertig inzendingen, drie betaalde



‘Niets gaat in de verkoop, want kunst doet iets met me. Na aankoop gaat de economische waarde verloren’



Caroline Vos

finalisten en winnaar Maia Kenney, die met *Greige Fantastic* het concept tentoonstellingsruimte vrolijk opblies. Kunst in een schoonmaakhok? Waarom niet. In samenwerking met het Stedelijk Museum Amsterdam en De Nederlandsche Bank werd het project meteen institutioneel verankerd. ‘Mooier kan het eigenlijk niet’, zegt Keles. Hij pleit voor een charter voor kunst en cultuur, geïnspireerd op de ESG-principes (environmental, social en governance), om ernaar te streven dat bedrijven kunstinvesteringen zien als maatschappelijke verantwoordelijkheid. Dat is geen windowdressing als je bedenkt dat de investeringen van VBCN-leden jaarlijks in de tientallen miljoenen lopen. De favorieten van Keles gaan van een karton dat Alexander Kaletski beschilderde uit pure noodzaak – hij kon geen doek betalen – tot werk van Troika, waarin technologie en vrijheid botsen, en een monumentaal doek van Zand-

vliet, waarin de mens slechts als schaduw aanwezig is. ‘Niets gaat in de verkoop, want kunst doet iets met me. Na aankoop gaat de economische waarde verloren.’ Het is een uitspraak die zijn visie samenvat: kunst is geen bezit maar een blijvende relatie. Nog een jaar resteert hem als voorzitter van de VBCN, daarna volgt een volgende fase. Want eenmaal door kunst gegrepen laat het niet meer los.

Merkversterker

Wie het hoofdkantoor van bankreus ING – balanstotaal 1 biljoen euro – in Amsterdam-Zuidoost binnenstapt, loopt nog vóór de receptie tegen een monumentaal werk aan van Constant Dullaart. Twee gigantische handen met een beeldscherm suggereren dat het gebouw een smartphone is geworden. Het toont het interieur van het pand, etage voor etage. Medewerkers kunnen virtueel door hun eigen werkomgeving

dwalen, kunstwerken vergroten, liken en van context voorzien. Een speelse uitnodiging tot interactie, al blijft de echte ontmoeting met kunst onvervangbaar, benadrukt hoofdcurator **Caroline Vos** (53). Die fysieke ervaring begint al in de entreehal, waar een 15 meter breed videowerk van Tabor Robak de bezoeker opslokt in een eindeloos landschap. Het beeld verandert met het weer, dus sneeuwt het, dan dwarrelen ook in het videowerk vlokken. Technologie en verbeelding gaan naadloos samen. Het doet wat kunst in een werkomgeving moet doen: vertragen, verwonderen en de kijker even losmaken van de waan van de dag. De ING-kunstcollectie kende een bescheiden begin. Ruim vijftig jaar geleden ontving de bank een schilderij bij de opening van een nieuw kantoor. Wat volgde was een gestage groei tot een piek van 25.000 werken. Nu is de collectie teruggebracht tot circa 5000 stukken. Nog altijd indrukwekkend, maar scherper van profiel. En het ontzamelen gebeurde doordacht: veilingen voor het goede doel, schenkingen aan musea en scholen, opbrengsten die vloeiden naar kunstenaars. Die koers is nu gericht op internationale, hedendaagse kunst. Schilderijen, sculpturen, video, digitale kunst en zelfs non-fungible tokens (NFT’s) maken deel uit van het palet. ‘Je moet als verzamelaar meebewegen met de tijd’, stelt Vos. De collectie is verspreid over zeker honderd locaties wereldwijd. Nieuwe of

de installatie van Matthias Oostrik rond surveillance en zichtbaarheid: confronterend in een tijdperk van alomtegenwoordige camera’s. Ook is er ruimte voor contemplatie dankzij tentoonstellingen met meditatie-elementen, speciaal ontwikkeld voor medewerkers. Het maatschappelijk bewustzijn is leidend. Werken worden tijdelijk weggehaald als de actualiteit dat vraagt, bijvoorbeeld na een aardbeving of vanwege geopolitieke spanningen. Kunst is hier geen statisch bezit, maar een dynamisch onderdeel van de omgeving. Daarbij staan budgetten nauwelijks centraal in het verhaal. Over de verzekerde waarde doet Vos geen uitspraken, liever wijst ze op de immateriële opbrengst: gesprekken op gang brengen en een inspirerende werkomgeving bieden. Kunst als zachte kracht binnen de harde financiële wereld. Tegelijk fungeert het als merkversterker. ING positioneert zich als een bank midden in de maatschappij. De kunstcollectie vertelt datzelfde verhaal, maar dan visueel en gelaagd. Niet door te pleasen, maar door te prikkelen en soms te schuren. Een grote verdienste van deze collectie: voortdurend uitnodigen tot kijken en denken. In een wereld van spreadsheets en targets is dat geen luxe maar noodzaak.

Aanstormend talent

Met veertig hotels verspreid over Europa, Azië en de VS, dik 500 kunstwerken, zeventig monumentale installaties en 10.000 werken in hotelkamers bouwt designhotelketen citizenM – omzet 600 miljoen euro – gestaag aan een collectie waar menig museumdirecteur een identiteitscrisis van krijgt. Geen zalen met suppoosten maar kunst naast je bed en

boven je koffer. Curator **Floor Haverkamp** (43) kwam binnen met een bescheiden voorstel voor kunst in de kamers. ‘Dat begon met edities en ineens zat ik midden in een wereldwijd project.’ De kiem werd gelegd door oprichter Rattan

Zelfs NFT’s maken deel uit van het palet. ‘Je moet als verzamelaar meebewegen met de tijd’

Chadha, voormalig Mexx-topman, Quote 500-lid en groot kunstliefhebber. Zijn privéverzameling staat los van citizenM, maar sijpelt door in de hotels. Werken van Andy Warhol en Julian Opie hangen pontificaal in publieke ruimtes. Geen slechte binnenkomer. Maar het gaat niet alleen om de grote jongens, integendeel. 'Elk hotel is een nieuw kunstproject. Geen standaardprints uit een catalogus, maar opdrachten aan lokale kunstenaars. Dat betekent: veertig steden en veertig keer opnieuw beginnen.' Met het oog daarop werkt citizenM samen met musea en instituten ter plaatse. Per hotel goed voor ruim tien kunstenaars en honderden werken, vaak in de vorm van tweeluiken op de kamer. En dan zijn er nog de blikvangers: groot-schalige installaties, gevelwerken en sculpturen. De uitgaven schommelen hevig. Reken op 10.000 tot 100.000 euro per werk, afhankelijk van schaal en locatie. In Miami werd groots uitgekapt met een installatie van Jen Stark over meerdere gevels. Dat tikt aan.

De keten kiest zelden voor gevestigde kunst, het zwaartepunt ligt bij aanstormend talent. Risico? Zeker, maar dat is precies de bedoeling. 'Als ik het ga dichttimmeren, kan ik net zo goed een designer inhuren', aldus Haverkamp. Die vrijheid levert een mix op van fotografie, streetart, installaties en grafisch werk, altijd met een link naar de betreffende stad en altijd binnen de merkwaarden *bold, fun, playful* om het merk te versterken. citizenM verkoopt niets. Alles blijft hangen, zelfs als gasten klagen. 'We krijgen weleens reacties op een bloot werk, vooral in Amerika. Dan leggen we uit waarom het er hangt en meestal is het daarmee klaar.' Toch is het balanceren tussen artistieke vrijheid en neutraliteit. Te politiek of religieus werk wordt vermeden, verder krijgen de kunstenaars veel ruimte. Wat de collectie bijzonder maakt is de logistieke en creatieve puzzel: 37 hotels inrichten met lokale kunst, zonder in herhaling te vallen. Geen roulatie, geen copy-paste. Kunst en interieur lopen naadloos in elkaar over, hoge en lage kunst hangen door elkaar. En precies daar zit de kracht: citizenM maakt van kunst geen verheven instituut maar een dagelijkse ervaring. Of zoals Haverkamp het zegt: 'Ik hoop dat iemand op zijn kamer zit en denkt: hé, is dit een echte?'



**'Elk hotel is een
nieuw kunstproject.
Geen prints uit een
catalogus, maar
opdrachten aan
lokale kunstenaars'**