

Particulier portret

‘Er is een levendig cultureel klimaat binnen het bedrijf’

Truus Gubbels

In de serie *Particulier portret* in deze *Boekman* interviews met opvallende initiatiefnemers uit de particuliere sector. Annabelle Birnie is hoofd Art Management van de beeldendekunstcollectie van ING Group.

Annabelle Birnie is hoofd Art Management bij ING Group, een van de grootste Nederlandse kunstcollecties in het zaken- en bankwezen. De aanvankelijk alleen op Nederlandse figuratieve kunst gerichte collectie is de afgelopen decennia uitgegroeid tot een internationale collectie met een omvang van circa 25.000 werken, waarin het accent nog steeds op figuratie ligt.

Birnie heeft de zakelijke verankering van de collectie binnen ING gestroomlijnd. Alle kunstwerken worden nu in Amsterdam geregistreerd, maar delen van de collectie worden over de ING-buitenlandkantoren verspreid. Birnie: ‘Vaak krijgen we delegaties van kantoren op bezoek. Wij maken dan voorstellen voor werken die ze uit de bestaande collectie kunnen kiezen en voor aanvulling. De medewerkers kunnen dan beslissen.’

Naast de ING Collectie Nederland heeft Birnie ook de ING Corporate-collectie opgezet, het beste aan figuratieve kunst uit alle deelcollecties. In deze ‘paraplucollectie’ is uit alle landen een topstuk aanwezig. De kunstwerken moeten binding hebben met twee of drie deelcollecties in de verschillende landen. Zo kocht Birnie laatst een werk van de Spaanse beeldhouwer Manolo Valdés, dat bij het internationale karakter van de Belgische collectie past en vanwege zijn figuratieve karakter bij de Nederlandse collectie.

Vast jaarbudget

Inclusief Birnie heeft de afdeling kunstzaken acht medewerkers in dienst en altijd twee of drie stagiairs. Als hoofd van de afdeling is ze veel met regelen en organiseren bezig, maar ze zorgt wel – en vindt het ook erg belangrijk – inhoudelijk op de hoogte te blijven van de actualiteit in de kunstmarkt. ‘De kunst was mijn motivatie toen ik hier begon, maar de laatste tijd voel ik me ook zeer thuis in de combinatie financiën, strategie en kunst.’

Er is een vast jaarbudget voor aankopen. Birnie: ‘Art Management beslist wat gekocht wordt, maar bankmedewerkers kunnen ons wel attenderen op bepaalde kunstwerken. Het is zelfs prettig als mensen vanuit ING meedenken en met suggesties komen, want dat betekent dat er een levendig cultureel klimaat binnen het bedrijf is.’ Ook de gedachtewisseling met relaties over de inhoud van de collectie vindt ze belangrijk. ‘De waarde-

Truus Gubbelsis redacteur van *Boekman*

Manolo Valdés (1942), *Ariadne 2007*, brons
© ING Collectie



ring en wat daar al dan niet zakelijk uit voortkomt, is daarin niet het meest essentiële, maar wel de binding die mensen krijgen met ING – en dat leidt ook tot vergroting van je draagvlak in de organisatie.’

Als kunstinstellingen een kredietaanvraag doen bij ING en hun voorraad als onderpand willen geven, of wanneer de kredietafdeling wil weten of het een goede partij is, wordt de afdeling om advies gevraagd. Ook adviseert ze binnen het bedrijf bij het aankopen van kunst, en de afdeling Art Management Services is gericht op het adviseren van particulieren. Daarbij hoort ook het geven van inhoudelijk, financieel en juridisch advies aan klanten op het terrein van collectiebeheer en -management.

Naast het beheer en de uitbouw van de collectie sponsort de bank een aantal instellingen op het terrein van beeldende kunst en design, bijvoorbeeld de jaarlijkse Realisme-beurs te Amsterdam en De Ateliers, eveneens te Amsterdam. En vanaf 1993 organiseert ING ontvangsten van groepen klanten van de bank op The European Fine Art Fair te Maastricht (TEFAF). ING ontvangt in elf dagen beurs bijna drieduizend klanten, en regelt presentaties en lezingen. De klanten krijgen van tevoren informatie over de highlights; vervolgens gaat iedereen zelf kijken. Als ze iets willen aankopen, kunnen ze de bank vragen om de prijs te beoordelen en om hulp bij het onderhandelen. Birnie: ‘In 2004 heb

ik bij TEFAF aangekaart dat ik een meer formele relatie met ze wilde aangaan en zijn we sponsor geworden.’

ING is ook hoofdsponsor van het Rijksmuseum. Birnie: ‘De *brand values* van het museum matchen met die van ING: internationaal, hoogstaande kwaliteit, eerder gericht op zekerheid dan op experiment. We doen daar veel ontvangsten waar we ook zelf voor presentaties zorgen en rondleidingen geven en uitleggen waarom wij het relevant vinden om het museum te steunen.’ Van het Rijksmuseum op Schiphol, met jaarlijks 250.000 bezoekers, is ING exclusieve sponsor; Birnie heeft hier twee jaar geleden een tentoonstelling gemaakt van hoogtepunten uit de ING Collectie met onder meer werk van Schuhmacher en Willink.

ING beperkt zich niet tot het sponsoren van beeldende kunst en musea, maar ondersteunt ook activiteiten en instellingen in andere kunstsectoren, zoals het Koninklijk Concertgebouworkest. In de zomer financierde de bank het Grachtenfestival in Amsterdam, met dit jaar 160 concerten, workshops, masterclasses, architectuurrondvaarten en monumentenwandelingen. Ook ondersteunt de bank Entree, de jongerenvereniging van het Concertgebouw en het Koninklijk Concertgebouworkest.

Sinds dit jaar bestaat de ING Real Photography Award, een tweejaarlijkse prijs ter waarde van 50.000 euro. Met deze prijs komt Birnie tegemoet aan het verzoek om een kunstcollectie voor een van de grootste vastgoedondernemers ter wereld op te zetten. Werk van de uitverkoren fotografen wordt tentoongesteld, en een deel zal worden aangekocht door ING Real Estate als start van de collectie kunstfotografiecollectie. ‘Qua figuratie sluit het werk aan bij de ING Collectie, alleen het medium is anders, waardoor een heel eigen gezicht ontstaat’, besluit Birnie.