

Kunst als zware industrie

Het Guggenheim Museum Bilbao¹

Paul Schnabel Op de restanten van het industriële verleden staat aan de Nervion in Bilbao het Guggenheim Museum, waar de Guggenheim Foundation haar collectie in wisselentoonstellingen aan het Europese publiek presenteert. Het opvallende gebouw en de naam Guggenheim moeten de stad Bilbao opstoten in de vaart der volkeren.

Bilbao heeft wel wat weg van Rotterdam. Het is niet de hoofdstad van Baskenland, maar met ruim een half miljoen inwoners wel verreweg de grootste en belangrijkste stad, in de 19de eeuw groot geworden door zijn havens, hoogovens en scheepswerven. De toen ontstane welvaart is nog zichtbaar in de grote nieuwe stad, die is ontstaan naast het kleine middeleeuwse centrum. Het 19de-eeuwse Bilbao is een geplande stad, gebaseerd op een gridstructuur die hoekig is ingepast tussen de bochten van de Nervion-rivier. De straten zijn meestal smal en lang, en worden bepaald door gesloten hoge bouwblokken met kleine hoektorens, zware balkons en korte met pannen gedekte daken.

Op de oevers van de Nervion lagen vroeger de goederenloodsen, de rangeerterreinen, de staalfabrieken en scheepswerven. Daar is vrijwel niets meer van over, er wordt geen erts meer gedolven en de Spaanse scheepsbouw is net als de Noord-Europese ten onder gegaan.

De rivier is gebleven, smal, zwart en stinkend van dood water, met aan beide zijden een lang lint van voorsteden en dorpen. De nieuwe levensader is de metro, streng futuristisch vormgegeven door Norman Foster, die ook tekende voor de garnaalvormige, plexiglazen hulzen die de entree vormen en door de bevolking van Bilbao liefkozend *fosteritos* worden genoemd.

Hier, op de kaalslag van het industriële verleden, staat aan de Nervion het museum dat voor de stad en Baskenland als geheel het symbool is geworden van de nieuwe rijkdom die de toekomst moet brengen. Het Guggenheim Museum Bilbao is een monument voor een nog niet begonnen eeuw, een teken van hoop en verwachting. Het is een investering die de economie weer mee op gang moet brengen. Het Guggenheim moet de ogen van de wereld op Bilbao helpen richten, nieuwe entrepreneurs lokken met de suggestie van een modern en opwindend stedelijk leven, en

een winderige uithoek van Spanje tot een toeristische trekpleister doen uitgroeien.

Een deltaplan van architectuur

Hoe keer je een slechte politieke reputatie en een nog slechtere economische situatie ten goede?

Bilbao werd het zwaartepunt van een grootschalig ontwikkelingsplan, dat allereerst moest voorzien in een verbetering van de infrastructuur. De bouw van de metro is daar het duidelijkste voorbeeld van, maar er wordt ook gewerkt aan een modernisering van de haven en een vernieuwing van de luchthaven. Opvallend is wel dat de betekenis van de nieuwe infrastructuur niet alleen in functionele termen gezien wordt, maar, door zijn vorm en uitstraling, ook bewust als een statement voor een gewenste en gezochte toekomst. De beste architecten zijn daarom aangetrokken voor de uitvoering: Sir Norman Foster voor de metro, Santiago Calatrava (de onzichtbare hand in het ontwerp van de Erasmusbrug in Rotterdam) voor een schitterende voetgangersbrug over de Nervion en het stationsgebouw van de nieuwe luchthaven, Cesar Pelli voor een complex van kantoren en appartementen. Dolores en Federico Soriano tekenen voor het muziek- en congrescentrum dat als een schip in een dok de herinnering aan de oude scheepswerven architectonisch levend moet houden. Frank Gehry tenslotte won de architectenwedstrijd voor de bouw van het nieuwe museum, het visuele hoogtepunt van dit architectonische deltaplan.

De zelfpresentatie als ‘modern’ en ‘hoogwaardig’ en ‘vooruitstrevend’ is bij uitstek de wijze geworden waarop regeringen en stadsbesturen over de hele wereld representatie en status zoeken. Opvallend vormgegeven openbare gebouwen en nutsvoorzieningen trekken internationaal de aandacht, worden besproken in kunst- en architectuur-

tijdschriften, vinden vermelding in kranten en reisgidsen. De stad wordt letterlijk op de kaart gezet en gaat deel uitmaken van een collectieve herinnering die ook gedeeld wordt door wie er nooit geweest is.

Het Guggenheim Museum Bilbao trok in het eerste jaar van zijn bestaan (1997-1998) al 1,3 miljoen bezoekers die met elkaar meer dan 300 miljoen gulden in de stad achterlieten. Dat is zeker 50 procent meer dan aanvankelijk voor het eerste jaar werd verwacht en het is het soort geld waar economisch een sterk vitaliserende werking van uitgaat: het stimuleert tot nieuwe investeringen.

Dat geldt niet alleen voor de horecasector, maar ook voor de sectoren die met de honing van horeca en cultuur verleid moeten worden zich in een zich zo gastvrije en kunstlievende omgeving te vestigen. Moderne internationale bedrijven die zorgen voor hoogwaardige werkgelegenheid voelen zich aangetrokken tot een stedelijke omgeving die de missie van

Opvallend vormgegeven openbare gebouwen en nutsvoorzieningen trekken internationaal de aandacht

het bedrijf niet alleen bevestigt, maar als het ware op een hoger niveau van legitimiteit ook weerspiegelt. Vooral in de technologie, de dienstverlening, de informatica en de communicatie is er, misschien juist door het virtuele karakter van de productie, behoefte aan een sterke symbiose met een omgeving die zelf innovatie en inventiviteit uitstraalt. Opvallende moderne architectuur speelt daarbij, in combinatie met zorgvuldig gekoesterde historische gevelwanden in de binnenstad, een grote rol. Naarmate de werkgelegenheid een hoger scholingsniveau vereist, neemt de waardering voor een spannend gebouwde omgeving toe, en het omgekeerde blijkt ook waar te zijn. De aantrekkelijkheid van de omgeving trekt ook werkgelegenheid aan.

De waardering van een omgeving als aantrekkelijk moet geheel los gezien worden van het feitelijke gebruik van het aanbod. Een nieuw museum, theater of stadhuis volstaat vaak al op zichzelf. De aanwezigheid als vorm kan al een krachtig genoeg argument zijn, een katalysator voor economische en sociale opleving zelfs. De aanwezigheid van een kunstmuseum, zelfs de sponsoring daarvan, hoeft geen enkele relatie te onderhouden met de werkelijke interesse van klanten of werknemers in de kunst die getoond wordt. Het gaat om de suggestie van mogelijk gebruik van het aanbod, niet om het gebruik zelf. Voor representatieve bouwwerken is niet langer hoogte of breedte binnen een gegeven en door de traditie bepaald programmatisch kader bepalend voor het prestige, originaliteit wordt juist in de vorm gezocht. De *follie* als model van distinctie is niet postmoderner dan de Eiffeltoren, het Atomium, de Opera van Sydney of het Centre Pompidou. Het nieuwe museum in Bilbao past in dit rijtje als het laatste grote gebouw van de 20ste eeuw, dat in iedere geschiedenis van de moderne architectuur een plaats zal vinden.

Miljoenen voor een rommelige rivieroever

In het land zelf is veel kritiek op het museumproject geweest. Baskische intellectuelen en kunstenaars liepen te hoop tegen het feit dat het in geen enkel opzicht een 'Baskische' affaire zou worden, geen pantheon van Baskische kunstenaars en geen eregalerij van meesterwerken van Baskische kunstenaars. Dat politiek niet iedereen er gerust op is geweest dat het allemaal goed zou aflopen, blijkt wel uit het feit dat het gemeentebestuur van Bilbao zich opvallend terughoudend heeft getoond bij de ontwikkeling van het project. Tekenend voor de betrokkenheid van de Baskische regering daarentegen is dat de eerste directeur van het museum de vroegere directeur-generaal financiën van Baskenland is, Juan Ignacio Vidarte. Deze in Amerika opgeleide econoom vervulde in 1992 zijn positie bij het ministerie voor de leiding van de ontwikkeling en bouw van het nieuwe

De follie als model van distinctie is niet postmoderner dan de Eiffeltoren, het Atomium, de Opera van Sydney of het Centre Pompidou

museum. Uiteraard is hij niet verantwoordelijk voor het artistieke beleid van het museum. De verantwoordelijkheid voor de collectie en het tentoonstellingsbeleid ligt geheel in handen van de Guggenheim Foundation. De regering van Baskenland is alleen verantwoordelijk voor het beschikbaar stellen van de nodige middelen en draagt ook alle financiële risico's die uit de exploitatie van het nieuwe museum zouden kunnen voortvloeien.

Een multinational in kunst

Kunst is handel, altijd geweest, maar een museum wordt toch nog maar sinds kort als een bedrijf beschouwd en het blijft onwennig een multinational in het tonen van kunst te zien. Toch is dat wat de Guggenheim Foundation inmiddels is. In de afgelopen zeventig jaar is de Solomon R. Guggenheim Foundation erin geslaagd een collectie 19de- en 20ste-eeuwse kunst op te bouwen, die niet alleen in aantallen schilderijen en beelden (meer dan zesduizend), maar ook wat betreft de breedte van het verzamelgebied en de kwaliteit van de aankopen en schenkingen bijna zonder concurrentie is. De Guggenheim Foundation hoort tot de top van de internationale museum- en kunstwereld en wordt zelf weer bepaald door de sociale en economische top van de wereld. Guggenheim heeft van alles het meeste en in ieder geval het beste. Daar zit ook het probleem. In het koffiefilterachtige gebouw dat Frank Lloyd Wright veertig jaar geleden voor de Foundation in New York aan Fifth Avenue neerzette, kan ongeveer 3 procent van de schilderijencollectie getoond worden.

Dat is jammer en economisch gezien ook onverstandig. De Guggenheim Foundation is een particuliere stichting die niet alleen voor, maar ook van de kunst leeft. De directeur van de Foundation en het museum, Thomas Krens, herkende in de gigantische *fundus* van niet-

getoonde kunst het economische potentieel en opende in het artistieke centrum van New York, de wijk SoHo, op de hoek van Broadway en Prince Street een dependance (Guggenheim Museum SoHo).

Dat was de eerste stap, de tweede was gedurfter: Krens ging op zoek naar mogelijkheden de collectie te verspreiden over nieuwe 'Guggenheims' elders in de wereld. Aanvankelijk werd daarbij vooral gedacht aan een uitbreiding van de Peggy Guggenheim Collection in Venetië, maar toen dat niet lukte, werd de mogelijkheid de collectie voor veel geld en voor lange tijd buiten de eigen muren van de Foundation te 'verhuren' onderzocht. Inmiddels is aan Unter den Linden de Deutsche Guggenheim Berlin geopend, niet erg groot, maar wel onderdeel van het net gerestaureerde complex van de Deutsche Bank op zowat het duurste plekje van de Duitse hoofdstad.

Bilbao als vestigingsplaats zal zeker niet op het lijstje van de curatoren van de Guggenheim Foundation gestaan hebben, maar de Baskische regering was gedreven op zoek naar een 'beeldbepalend' symbool en de Guggenheim Foundation enigszins wanhopig naar een huurder van haar kunst die bereid was voor weinig zeggenschap veel te betalen. De persoonlijke voorspraak van vooraanstaande Basken in New York en de steun van de machtige Bank van Bilbao schijnen de weg geëffend te hebben. Het initiatief voor de samenwerking heeft in ieder geval bij de Baskische regering gelegen. In 1991 benaderden Thomas Krens en hoewel de details van de onderhandelingen nooit helemaal duidelijk zijn geworden, mag men aannemen dat Krens, door financiële nood geneigd tot snel handelen, van de Baskische regering een aanbod kreeg dat hij niet kon weigeren. Critici in Baskenland en daarbuiten spraken al gauw van een wurgcontract, dat de Guggenheim Foundation op kosten van Baskenland dertig jaar heer en meester in het

museum in Bilbao laat zijn. De beheerskosten van het museum zullen gedurende die tijd het grootste deel van het kunstenbudget van Baskenland blijven verslinden (80 procent, zo schatten de critici) en daarnaast zal er voor andere culturele activiteiten niet veel geld meer over blijven. De regering heeft bovendien voor de opbouw van een eigen collectie aan het museum een aankoopbudget van ongeveer 70 miljoen gulden ter beschikking gesteld. De Guggenheim Foundation beslist over de bestemming daarvan, wat nog eens onderstreept dat Bilbao, hoewel qua tentoonstellingsruimte aanzienlijk groter dan het museum in New York, uiteindelijk toch niet meer is dan een dependance van de Foundation die ook vanuit New York geleid wordt.

Voorlopig belangrijker dan de eigen collectie, is uiteraard de afspraak dat de Foundation gedurende de looptijd van het contract de hele Guggenheim-collectie in wisseltentoonstellingen in Bilbao aan het Europese publiek zal voorstellen. De Baskische regering betaalt voor de 'huur' van de collectie en het gebruik van de naam Guggenheim een bedrag van ongeveer 30 miljoen gulden. De bouw van het museum zelf heeft ongeveer 200 miljoen gulden gekost.

De glans van het nieuwe

In 1991 schetste Frank O. Gehry de eerste contouren van het nieuwe museum en in oktober 1997 kon het museum door de Spaanse koning worden geopend. Het is dus erg snel gegaan, zeker wanneer men bedenkt dat het gaat om een erg groot gebouw met een technisch bijzonder moeilijke constructie, die ook nog in ongewone materialen uitgevoerd moest worden. Door de eigenzinnige vormgeving – de plattegrond heeft de vorm van een corsage – is het niet gemakkelijk een indruk te geven van de omvang van het gebouw, dat ongeveer 25.000 m² vloeroppervlak heeft, waarvan ruim 10.000 m² tentoonstellings-

ruimte. Op het hoogste punt haalt het gebouw ruim 50 meter, een adembenemend atrium met een raampartij van meer dan 40 meter trekt de blik over de volle hoogte van het gebouw naar boven. De grootste zaal – van buiten een vissenstaart, maar aan de binnenzijde het beeld oproepend van het ruim van een schip – is ongeveer 130 meter lang, 30 meter breed en meer dan 10 meter hoog. Aan de rivierzijde is het complex ruim 200 meter lang, vanaf de straat gerekend is het gebouw zo'n 70-100 meter diep. Ter vergelijking: de plattegrond van het Rijksmuseum in Amsterdam meet ongeveer 160 bij 80 meter.

Rond de entree overheerst het modernistische beeld van dwars op elkaar geplaatste stalen en plexiglazen schermen, elk op zich herinnerend aan het werk van Cesar Domela, maar door de veel lossere plaatsing toch verrassend anders. De afwisseling van rond en hoekig, formeel en speels, van staal, steen en pleisterwerk, van trappartijen die willekeurig naar boven en beneden lijken te gaan, van sculpturale vorm en modulair ritme is typisch voor dit gebouw, maar ook voor veel van het andere werk van Frank Gehry.

'Warme high tech'

Het verhaal gaat dat Gehry in Bilbao de plaats voor zijn museum zelf heeft uitgezocht. Dat is waarschijnlijk, omdat de plaats zo onwaarschijnlijk is: de lelijkste uithoek van het oevergebied, waar een hoge brug, een spoorlijn en een autoweg elkaar kruisen. Gehry zag de mogelijkheden van het vreemde driehoekig gevormde en in terrassen gelede gebied. Hij kapselde de hoge en meer dominante dan mooie La Salve-brug in door de grootste tentoonstellingshal onder de brug door te laten lopen en aan de andere kant te laten bekronen door een holle toren in de vorm van een uitroepteken. De pylonen van de brug zijn kleine toevoegingen aan het ontwerp geworden en het autoverkeer davert over het dak van de

Het verhaal dat Gehry de plaats voor zijn museum zelf heeft uitgezocht is waarschijnlijk omdat de plaats zo onwaarschijnlijk is

grote hal van het museum de stad in, zonder dat dit een onaantrekkelijk schouwspel oplevert: de brug is 'zacht' geworden en de autoweg een kinderglijbaan. Voor de spoorlijn heeft Gehry een heel andere oplossing gekozen: de overkapping van het emplacement is het voorplein van het museum geworden en de meeste bezoekers merken zelfs niet dat er een trein onder hen en vlak langs, ten dele zelfs door het museum rijdt.

De neiging om het gebouw te beschrijven in gelijkenissen met vissen, bloemen of vrouwen wordt opgeroepen door de opvallende beweging en beweeglijkheid die het gebouw kenmerkt, de soepelheid van de vormen, maar zeker ook door de huidachtige bekleding van het gebouw. Het paradoxale is dat deze typische kenmerken op deze schaal alleen maar gerealiseerd kunnen worden dankzij juist de meest geavanceerde technologie. Alleen met *high technology* was het mogelijk een constructie als het Guggenheim Museum

te realiseren, dat ook binnen een bepaalde korte periode te doen en vooral ook binnen een bepaald budget. Wat Gehry gelukt is, is 'warme *high tech*' en zo reageert het publiek er ook op: men is verrast en verrukt. Het is een gebouw om te bewonderen, maar vooral om van te genieten.

Ruim en leeg

Het interieur van veel van de publieksruimten wijkt in geen enkel opzicht af van wat sinds de zegetocht van de nieuwe zakelijkheid als de internationale standaard voor een representatieve en esthetisch verantwoorde aankleding geldt: hoogwaardige materialen, grote formaten, simpele vormen, wit licht en weinig kleuren. De tentoonstellingsruimten variëren in grootte en hoogte, van kleine kabinetten tot mooie vierkante zalen, met als apotheose de grote hal. Hier overheerst de internationale museumstandaard: strakke witte wanden, weinig ramen, goede belichting, lichtgekleurde parketvloeren. De expositieruimtes op de verdiepingen zijn opvallend rustig en klassiek gehouden, zonder dat de indruk wordt gewekt dat het 'kijkdozen' in feestverpakking zijn. Deze zalen zijn vooral bedoeld voor de nieuw te vormen eigen collectie 20ste-eeuwse kunst. Daarnaast zijn er voor enkele van de meest spraakmakende en vooral op groot formaat werkende moderne kunstenaars (Sol LeWitt, Anselm Kiefer, Bruce Nauman, Damien Hirst) meer spectaculair gevormde, vaak halfronde zalen. In de hal staan de overdimensionele kunstwerken opgesteld, die behalve door hun formaat vaak ook al door hun gewicht niet meer in gewone zalen kunnen worden getoond.

Een groot deel van het museumgebouw bestaat uit ruimte die zichzelf tentoonstelt en vorm aanneemt door de contouren van balkons, het staketsel van trappenhuizen, het perspectief van vides, de welfing van de plafonds, de verrassing van onverwachte

doorkijkjes en het ritme van de kalkstenen beplating van de hoge muren en de zware zuilen. Het is duidelijk dat de meeste bezoekers niet voor de collectie naar Bilbao trekken, maar voor het museum zelf en in de toekomst misschien ook voor de wisselende tentoonstellingen.

Een uitzonderlijk project

Het Guggenheim Museum Bilbao is een uitzonderlijk bouwwerk in een uitzonderlijk arrangement onder uitzonderlijke omstandigheden tot stand gekomen. Het is vooral deze combinatie die dit museumproject zo bijzonder maakt. Dat een nieuw museum zich architectonisch dient te onderscheiden, is inmiddels vanzelfsprekend. Een museum bestaat eerst en vooral uit kubieke meters die om een fysieke afbakening vragen, en vierkante meters waar iets aan opgehangen of tegenaan gezet kan worden. Tegelijkertijd gaat het in elk museum ook om een intensief beroep op de visuele vermogens van mensen en hebben musea, zeker kunstmusea, van oudsher de functie uitdrukking te geven aan de status, traditie en smaak van een stedelijke elite. In de wijze waarop dat gebeurt, is een verandering te bespeuren: het accent wordt nu minder gelegd op de hoge waarden die de kunst zelf belichaamt en meer op de belevingswaarde van kunst voor de bezoeker van het museum. De vraag 'wat het je doet' is, net als het zoeken naar wat je 'iets' doet, belangrijker geworden. Dat past ook bij de democratisering van het museumbezoek, die nog versterkt wordt door het feit dat het museum een van de weinige werkelijk toegankelijke en bijna altijd voor iedereen beschikbare 'evenement'plaatsen is geworden.

Bij de ontwikkeling van het museum als 'evenement'plaats past de ontwikkeling van het museum als evenement op zich, als autonoom te beleven kunstwerk, als *environment* of als 'ruimtesculptuur'. De collectie

van het museum in Bilbao wordt weliswaar bepaald door het grote gebaar, maar legt het toch af tegen de sculpturale overmacht van Frank Gehry. Uitzonderlijk aan het arrangement in Bilbao is de lease-overeenkomst tussen de regering van een deelstaat en de raad van bestuur van een multinational in kunst. Minder uniek is de bewaking van de naam Guggenheim als merk, want dat is buiten de wereld van de kunst al lang de norm. Met een merknaam is de suggestie van een

Bilbao werd in de verbinding met de 'wereldnaam' Guggenheim zelf een 'wereldstad'

bepaalde kwaliteit en een bepaalde leefstijl verbonden, en daar is geld mee te verdienen. Bilbao werd in de verbinding met de 'wereldnaam' Guggenheim zelf een 'wereldstad'. Op eigen kracht had men dat zelfs met de inzet van veel middelen nooit kunnen bereiken.

Voor een definitief oordeel is het nog te vroeg. De verdere ontwikkeling van het Nervion-gebied moet nog een blijvender draagvlak scheppen voor het museum en het economisch herstel van de regio. De organi-



Matthias Stomer (1600 - ca.1650)
Tobias en de engel, ca. 1630-1632
Olieverf op doek, 111 x125 cm

pag. 36, boven:
Interieur Museum Bredius

pag. 36, onder:
W.P. Buytewech (ca. 1592-1624)
Herbergscène, ca. 1615-1620
Olieverf op doek op paneel, 52 x 62 cm



Paul Schnabel

is tot 1 mei 2013 directeur van het
Sociaal en Cultureel Planbureau

satie van nationale en internationale congressen zal daar zeker een belangrijke rol bij spelen. In de economie van de 21ste eeuw zal de betekenis van de evenementeneconomie alleen maar toenemen. Voor Bilbao vervult het Guggenheim Museum daarin de rol van de hoogovens uit de 20ste eeuw, maar dan veel mooier.

Met dank aan César Caicoya Gómez-Moran, hoofd van het Spaanse architectenteam dat voor de uitvoering van de bouw van het Guggenheim Bilbao verantwoordelijk was, en mijn gastheer tijdens een bezoek aan het museum in juni 1998.

Noot

- 1 Bewerking van Schnabel, P. (2000) 'Kunst als zware industrie: het Guggenheim Museum Bilbao'. In: *Museumarchitectuur als spiegel van de samenleving*, 81-104.