

Toef Jaeger

Banken lijken steeds minder belangstelling te hebben voor investeringen in kunst(projecten). Twee opvallende recente voorbeelden: het stopzetten van de kunstkoopregeling die ABN AMRO bijna twintig jaar lang ondersteunde, en het einde van de Robeco Zomerconcerten na zo'n dertig jaar. Het geld kiest andere idealen: klanten willen liever beleggen in duurzaamheid.

Legt kunst het af tegen het milieu?

Banken treden terug als sponsor van kunst



De vijf finalisten van de ING Unseen Talent Award 2019: Irene Fenara, Elena Aya Bundurakis, Ulla Deventer, Kevin Osepa and Karolina Wojtas, 19 september 2019, Unseen Amsterdam. Fotografie: Olivier van Breugel

Kunst gaat ook over waarde en om *trade*, maar toch vooral om de impact die het op mensen kan hebben', aldus Isabel Fernandez tijdens de uitreiking van de ING Unseen Talent Award 2019, een prijs die sinds 2012 elk jaar aan een talentvolle fotograaf wordt toegekend. Als lid van ING Management Board & Global Head Wholesale Banking vertelt ze aan het uitgenodigde publiek tijdens de jaarlijkse Amsterdamse fotobeurs Unseen hoe kunst de wereld kan veranderen. Een belangrijk voorbeeld voor haar is de Chinese kunstenaar Ai Weiwei en zijn installatie *Sunflower Seeds 2010*. Het werk bestaat uit miljoenen porseleinen zonnebloempitten, in een berg, of verspreid over de vloer van het Tate Modern in Londen. De pitten verwijzen vooral naar de houding die Chinezen moesten aannemen toen Mao Zedong zichzelf als zon van de natie beschouwde; de zonnebloem speelde een grote rol in de propaganda. De miljoenen, handgemaakte grijze pitten verwijzen indirect naar de manier waarop de Chinese maatschappij haar inwoners ont-individualiseerde.

Aansluitend krijgen twee fotografen een prijs. Een jury onder voorzitterschap van Kathy Ryan, hoofdredacteur fotografie van *The New York Times*, roept de Poolse fotograaf Karolina Wojtas uit tot winnaar, en zij mag met 10.000 euro naar huis. De publieksprijs gaat naar Kevin Osepa, die de opdracht krijgt een nieuw werk te maken voor de ING Collectie. Tot slot zegt Fernandez toe dat de prijs de komende jaren nog blijft bestaan.

Kunstruimte verdwijnt

Dat laatste was geen loze mededeling, want de langdurige relatie tussen banken en de kunst staat onder druk. Echter niet bij ING, waar jaarlijks nog steeds fors wordt gespendeerd aan kunst-aankopen. Bovendien is ING sponsor van onder andere het Rijksmuseum, de Kunsthal en Unseen. Door verbouwingen van kantoren is er wel steeds minder ruimte voor kunst aan de muur, waardoor er veel in het depot belandde. Het gevolg is dat er de laatste jaren flink is ontzamd. Waar ING ooit 25.000 objecten in haar collectie had, zijn dat er nu 6.000. De meeste werken zijn geschonken aan musea, zorginstellingen of scholen, aldus Sanne ten Brink, hoofdconservator van de ING Collectie.

Niet alleen ING, maar ook De Nederlandsche Bank (DNB) heeft jaarlijks nog steeds hetzelfde budget voor kunst. 'Sinds het invoeren van de euro is dat 100.000 euro per jaar. Ook tijdens de crisis, omdat het altijd een bescheiden budget is geweest', vertelt Martina Halsema, die verantwoordelijk is voor het dagelijks beheer van de kunstcommissie van DNB.

Toch gaan er ook bij De Nederlandsche Bank dingen veranderen. Halsema: 'Je ziet dat er minder driftig wordt verzameld, het gaat nu meer om verdieping. Dat is een trend die al enkele jaren geleden is ingezet.' Concreet betekent dat dat bij DNB de kunstruimte gaat verdwijnen, nu het pand aan het Frederiksplein in Amsterdam wordt verbouwd. Ook hier wordt ontzamd. Verschillende tentoonstellingen die door het jaar heen zes weken te bezichtigen zijn, verdwijnen. Wel zullen er soms nog exposities te zien zijn, maar in welke vorm dit alles gegoten wordt is nog onduidelijk.

Kunstkoopregeling

Ook ABN AMRO is zich aan het herbezinnen. De bank heeft nog steeds een significante kunstcollectie en reikt jaarlijks een kunstprijs uit voor jong talent ter waarde van 10.000 euro én een tentoonstelling in de Hermitage, maar aan de consumptiekant zet de bank een flinke stap terug. De kunstkoopregeling was na een voorzichtige start aan het begin van de jaren negentig succesvoller geworden. Het was een kredietregeling waarmee kunstliefhebbers sinds 1992 renteloos een aankoop konden doen. Aanvankelijk was die een groot succes, maar in 2018 leende de bank 1,9 miljoen euro uit aan slechts 500 mensen die met hulp van het fonds een werk wilden kopen. Rond de eeuwwisseling was het gemiddeld 7 miljoen per jaar, en vanwege het beperktere bereik werd het voor ABN minder interessant (Ribbens 2019).

Het Mondriaan Fonds – dat de rente vergoedde en de administratieve kant van de regeling op zich nam – is er vooralsnog niet in geslaagd om een alternatieve financier te vinden, en vreest dat kunstkopers met een kleine beurs de dupe worden. De Nationale Galerie Associatie stelde in een rapport dat in 2017 68 procent van de kunstkopers de regeling als aantrekkelijk zag, en zag toen geen aanleiding om te veronderstellen dat de cijfers zouden dalen (Damen et al. 2017). →

Maatschappelijke invulling

Ook op een heel ander terrein, dat van de uitvoerende kunsten, zie je dat kunst minder in de belangstelling staat van het financiële bedrijfsleven. De goedbedoelentak van investeringsbank Robeco – de Robeco Foundation – sponsorde sinds 1989 de Robeco Zomerconcerten, een succesvolle en laagdrempelige reeks concerten waarmee het Amsterdamse Concertgebouw haar zomerluwe programma's wist te vullen. De Rotterdamse investeringsbank liet vorig jaar weten ermee op te houden.¹ Tegenwoordig heeft de Robeco Foundation een bredere, maatschappelijke invulling: er gaat geld naar verduurzamingsprojecten en educatie. Kinderen op Rotterdamse scholen krijgen laptops, iPads en programmeerlessen. Inmiddels zijn er 131 basisscholen bij aangesloten.

De reden voor het verleggen van de focus is volgens Eliza de Waard, hoofd Corporate Communications van Robeco, dat er binnen het bedrijf en ook bij beleggers behoefte was op een andere manier naar goede doelen te kijken: 'Klanten vroegen erom, en daar houd je rekening mee. Het was geen onwil om met de concerten te stoppen, maar beleggen in duurzaamheid en educatie is tastbaar. De focus ligt nu nog op Rotterdam, de planning is dat we ook internationaal gaan uitbreiden. Onderscheiden is niet het doel. De Robeco Foundation is er niet om een marketingachtig iets te doen, je wilt iets goed doen voor de *community* waarin je actief bent.'

Robeco staat niet alleen in haar visie op de rol van kunst in de plaatselijke gemeenschap. Het Triodos Cultuurfonds is dit jaar ontbonden; vroeger ondersteunde iemand die met dit fonds belegde 'theaters, musea en kunstenaars', maar wie nu op internet zoekt naar 'Triodos Cultuurfonds' komt automatisch terecht bij de nieuwe prioriteit: 'duurzame impactfondsen'. De focus is van cultuur verlegd naar duurzaamheid: 'energie, klimaat, inclusieve financiering in opkomende landen', is op de site te lezen. Overigens ook om financiële redenen: 'het is tot op heden onvolgdoende gelukt om het rendement voor de beleggers in het fonds te verhogen', meldt de bank op haar site. Eric Holterhues, toenmalig fondsmanager bij Triodos, kondigde het in een eerder nummer van *Boekman* indirect al enigszins aan, toen hij vaststelde dat banken 'culturele instel-

lingen vaak als kwetsbaar [beschouwen], zeker wanneer hun exploitatie voor het overgrote deel is opgebouwd uit één bron van inkomsten' (With 2011, 60).

Ander soort idealisme

De verschuivende prioriteit zie je ook bij bedrijven. De Vereniging Bedrijfscollecties Nederland meldt dat er in 2010 nog 3,3 miljoen euro aan kunst werd besteed, maar dat bedrag neemt af; in 2015 was het nog 2,7 miljoen en cijfers van latere jaren worden niet eens meer gepubliceerd.

Het verleggen van de focus is dus een simpele geldkwestie: er gaat in de kunstwereld minder geld om. Maar er speelt nog iets anders een rol: de reputatie van kunst in het huidige politiek-maatschappelijke klimaat. In de uitzonderlijke gevallen dat er wél grote bedragen besteed worden, gaat dat gepaard met een sfeer van rijkdom en decadentie waaraan banken liever niet meer bijdragen.

Maar bovenal: de noodzaak van kunst wordt nauwelijks ingezien, sterker nog, kunst wordt al snel beschouwd als iets dat overbodig is. Milieu, onderwijs, zorg: het zijn allemaal onderwerpen waarvan de relevantie ondubbelzinniger aantoonbaarder is. Martina Halsema van De Nederlandsche Bank legt uit: 'Kunst is over het algemeen altijd het eerste waarop bezuinigd wordt. Er is enerzijds te weinig besef wat kunst kan betekenen, anderzijds zijn er ook te exorbitante bedragen voor kunst betaald.' Het maakt deel uit van een bredere tendens, waaraan vele cultuurbezuinigingen een bijdrage hebben geleverd, en ook de manier waarop die werden ingevoerd, met ogenschijnlijk plezier door politici die weinig tot niets van kunst en cultuur leken te moeten hebben.

Bij 'goed doel' denkt niemand meer aan kunst; er is een ander soort idealisme voor in de plaats gekomen. Waar het om beeldvorming gaat, is milieuproblematiek interessanter. Kunst is in de beeldvorming verbonden geraakt aan blockbustertentoonstellingen, openingen met veel champagne en 12 miljoen dollar voor de dode haai van Damien Hirst. Het is eenvoudiger aan je beleggers uit te leggen dat je de haai liever redt van uitsterven dan een dood exemplaar aan te schaffen als kunstproject, zelfs al luidt de titel van Hirsts kunstwerk: 'De fysieke onmogelijkheid van dood in de geest van iemand die leeft.' Het

is beter je te associëren met het redden van de wereld dan je te verbinden aan uitlatingen die al te eenvoudig zijn af te doen als hoogdravende pretenties.

Publieksgericht en toegankelijk

Waar de banken zich steeds meer terugtrekken, springt de Bank Giro Loterij in de leemte. De Robeco Zomerconcerten heten sinds deze zomer de BankGiro Loterij ZomerConcerten, de drempel voor de luisteraar is nog wat verder verlaagd door Ilse DeLange als ambassadeur te laten optreden. De BankGiro Loterij is sowieso goed voor bijna 80 miljoen euro jaarlijkse steun aan culturele instellingen. Menig museum drijft erop.

Probleem opgelost? In tegenstelling tot de banken is de BankGiro Loterij nadrukkelijk aanwezig. Het jaarlijkse Goed Geld Gala dat de BankGiro Loterij verzorgt, biedt een mogelijke blik op een toekomst waarin overheid en banken zich terugtrekken en waarin de culturele wereld en kunstenaars steeds afhankelijker worden van de grootste mecenas die Nederland heeft.

Het is duidelijk waarom het draait tijdens het *Goed Geld Gala*: om geld. Op de stoelen liggen cheques klaar voor de uitverkoren musea die allemaal een bedrag krijgen om iets te doen. De grote musea krijgen een vast bedrag, maar er is altijd extra geld voor verbouwingen of voor kleine musea die een ludiek plan hebben ingediend. In een spelshowachtige setting wordt het geld uitgedeeld, en na afloop staan de gelukkige museumdirecteuren met de cheque in de hand naast iemand van de organisatie voor een foto.

Het is breed, vrolijk, publieksgericht – en vooral: toegankelijk. De BankGiro Loterij is een spel voor de deelnemers én de musea. Erfgoed is tastbaarder dan experiment, Ilse DeLange gezelliger dan David Lang. En waar ABN AMRO gelukkig nog steeds geld geeft aan jonge kunstenaars die ‘nieuwe perspectieven aan alledaagse werkelijkheden’ geven, mikt de BankGiro Loterij op ‘uw ideale dagje uit’, zoals beide op hun website vermelden. Kortom: de kunstwereld heeft banken en bedrijven hard nodig. Maar het besef dat dat andersom ook zo is, staat onder druk. Of het een kwestie van leven of dood is, daarover kun je discussiëren. Maar het zijn wel de kunstenaars die die vraag op de interessantste manier weten te stellen. Dat zou



BankGiro Loterij Zomerconcerten, 30 juni 2019, Concertgebouw, Amsterdam. Fotografie: Margot de Heide

genoeg reden moeten zijn om niet alleen voor de levende haai op te komen, maar ook voor de dode van Damien Hirst. •

Literatuur

- Damen, D. en E. Cachet (2017) *Herhalingsonderzoek kunstkopers*. Amsterdam: Nederlandse Gallerie Associatie.
 Ribbens, A. (2019) ‘Regeling rentevrij aankopen kunstwerken verdwijnt in 2020’. In: *NRC Handelsblad*, 15 juli.
 With, C. de (2011) ‘Veel banken hebben koudwatervrees’. In: *Boekman*, jrg. 23, nr. 87, zomer, 58-62.

Noot

- I www.concertgebouw.nl/robeco-stopt-als-sponsor-summernights-blijven-bestaan



Toef Jaeger is redacteur bij *NRC Handelsblad*