



[interview] Publicist Renée Steenbergen

'Kunst is weer hip'

Het nationaal cultuurbal in de Stadsschouwburg van Amsterdam, eind oktober 2006. Hier ontmoetten gevende en ontvangende partijen uit de cultuurwereld elkaar. Foto Kick Smeets



De kunstwereld houdt niet zo van particuliere giften. Maar nu de overheid 'zich terugtrekt, keert het tij, stelt journalist Renée Steenbergen vast in haar nieuwe boek. Prettige bijkomstigheid: een nieuwe lichting gulle gevers dient zich aan. Door Merlijn Schoonenboom

Ze heeft het voorbeeld nog niet in haar boek kunnen verwerken: minister Plasterk van Cultuur schenkt de familie Jan Six, bezitter van een grote privé-kunstcollectie, ruim 2 miljoen euro. Het is de vergoeding voor de achterstallige onderhoudskosten die de overheid jarenlang verschuldigd was. Maar het media-event dat OCW maandag van de ondertekening maakte, had haar toch nog enigszins verrast.

Tekendend, noemt Renée Steenbergen, onderzoeker, journalist, en inmiddels ook adviseur voor 'kunstmecenaat', de geste van Plasterk. Zo'n openlijke waardering voor particulier bezit is lange tijd niet voorgekomen. In haar nieuwe boek *De nieuwe mecenas*, ('een boek met een missie'), de opvolger van haar onderzoek naar kunstverzamelaars uit 2002, haalt Steenbergen ook minder vrolijke voorbeelden aan. Zo zijn er opvallend veel vermogende kunstliefhebbers, die de afgelopen jaren een privé-museum oprichtten uit onvrede over hoe de 'officiële' kunstwereld hen behandelde.

Waar een deel zal die houding van de kunstwereld het gevolg zijn van het Hollands calvinisme, zegt Steenbergen; 'Ze hebben geld, dus ze deugen niet'. Maar vooral is het een historisch gegroeide situatie. Was cultuur rond 1900 een zaak van betrokken particulieren, sinds de Tweede Wereldoorlog geldt de financiering van musea als overheidstaak. De particulier die geld schonk, deed dat veelal anoniem. Daarmee is volgens Steenbergen een verkeerd beeld ontstaan: particuliere gevers zijn altijd cruciaal geweest, maar ze bleven achter de schermen en kregen geen maatschappelijke waardering.

Het tij keert, volgens Steenbergen:

het belang van het particulier geld wordt steeds meer onderkend. Al is het, zegt ze, uit 'puur opportunisme'. De overheid trekt zich verder terug als voornaamste subsidiegever van cultuur. Kunstinstellingen moeten op zoek naar mecenasen en sponsors. Plasterks geste aan Six past hierin: 'De overheid wil er een boodschap mee overbrengen: particulier kunstbezit is belangrijk, en daar willen we best wel wat extra's voor doen.'

Men is opeens wel erg aardig voor de vermogende kunstliefhebber.
'Het is in Nederland altijd of of. Nu is er opeens een enorm vertrouwen in de particulier, en is het niet meer cool om gesubsidieerd te worden. Dat vind ik een gevaarlijke ontwikkeling. De opkomst van het particuliere geld betekent niet dat de overheid zich mag terugtrekken. De overheid moet betalen voor de basisvoorzieningen, daar kan je een particulier niet voor op laten draaien.'

'Veel gevers zijn zich hier zeer van bewust. Ze zeggen: wij hebben al betaald voor de verwarming, via onze belastingaflucht. Ze zijn terecht kritisch als ze dan worden gevraagd te schenken voor achterstallig onderhoud van de overheid, zoals is gebeurd bij de fondsenwerving voor het Stedelijk Museum in Amsterdam.'

Er is een groot reservoir aan potentiële mecenasen in Nederland, stelt u. U heeft voor uw boek ruim 80 personen uit de Nederlandse en Europese culturele en economische elite gesproken; van de oprichter van TomTom tot de fondsenwerver van de Tate-musea.
'Net als rond 1900, de Tweede Gouden Eeuw, is er de laatste jaren opnieuw veel geld. Er zijn de babyboomers, die na hun pensioen

massaal op zoek zijn naar zingeving. Er zijn de vrouwen - vermogend door de emancipatie en door overerving, en met veel interesse voor cultuur. En er is een nieuwe generatie gevers: advocaten, ICT-ers, managers. Die generatie is niet meer zo van de verzorgingsstaat. Ze betalen ook niet meer zoveel belasting. Lang was dat 72 procent, nu 52. Ze hebben nu meer financiële ruimte.'

'Het probleem is dat veel van hen het liever in vermogensfondsen stoppen dan rechtstreeks te schenken. Het is geïndividualiseerd mecenasaat, maar het moet collectief mecenasaat worden. We moeten ze willen voor het algemeen maatschappelijk belang.'

U heeft een missie: u wilt meer particulieren betrekken bij cultuur. Maar hebben deze nieuwe rijken, anders dan rond 1900, nog wel binding met de hoge cultuur?

'Zeker. Toen is het ook niet vanzelf gegaan. Er was veel inspanning voor nodig, zo laat ik zien in mijn boek. Dat gebeurt nu ook weer, met resultaat. Toen oud-Unileverbestuursvoorzitter Morris Tabak-blat tien jaar geleden geld wierf, vertelde hij, werd gereageerd alsof hij een bedelaar was die met de pet rondging. Nu is het gewoner geworden. Vooral voor de jongere generatie. Volkert Doeksen, CEO van Alpinvest die werft voor het Concertgebouw, zegt tegen zijn kennissen: jongens, je mist dit bedrag echt niet in je portemonnee. Wij moeten onze verantwoordelijkheid nemen, wij zijn aan de beurt.'

'Er is de tendens naar meer maatschappelijke verantwoordelijkheid. Daarmee kan het imago van het bedrijf verbeterd worden. Het goede doel, dat leeft enorm in het bedrijfsleven. Wat doe jij, vragen ze elkaar. De nieuwe generatie

heeft minder gêne voor geld dan de oudere. En kunst is weer hip, zoals te zien is aan de opkomst van jonge verzamelaars.'

Weten de musea deze nieuwe mecenas te vinden?

'Nee, ze doen dat niet goed. Het is bijna knap dat ze het zo slecht doen. Musea hebben te lang met ambtenaren moeten onderhandelen, ze zijn daardoor alleen gevend aan de 'koude kant van het geven', niet aan de rechtstreekse benadering van gevers, de 'warme kant van het geven'. Door arrogantie en onverschilligheid heeft de culturele wereld jarenlang de gevers van zich vervreemd. Verzamelaar en voormalige Concertgebouw-directeur Martijn Sanders ging eens met museumdirecteuren praten om schildertjes te schenken - hij heeft nooit meer iets van ze gehoord.'

Hoe zouden ze het dan moeten doen? U richt bijvoorbeeld het centrum 'Geef om cultuur' op, dat een centrale bemiddelaar voor kunstmecenaat wil worden.

'Voordat er sprake kan zijn van een culture of giving, moet er een culture of asking ontstaan. Professionalisering begint daar. Waarom heb je niet meer gegeven?, vroeg ik een keer aan een schenker. Hij zei: het is me niet gevraagd.'

'Geven zou een nationaal issue moeten worden. In Engeland is vier jaar campagne gevoerd: Get Britain Giving - dat ging over alle goede doelen, en dat bracht een grote bewustwording teweeg. 'Musea moeten een geëfficiërd beleid voeren; nodig potentiële schenkers uit, ga zelf langs, wees attent. Het is heel simpel, maar de musea doen het niet. Eerst iets geven, dan iets vragen. En op het gebied van sponsoring

moeten ze beter leren onderhandelen, en meer geld vragen - er staan tegenprestaties tegenover.'

Just die bedrijfssponsoring is een geaccepteerd fenomeen geworden. U hecht meer waarde aan particulieren. Waarom?

'Bedrijven zijn grillige partners. En zoveel levert het niet op. Er was in 2005 veel te doen om de sponsoring door ABN Amro van het Stedelijk, maar uiteindelijk gaat het slechts om een half miljoen euro per jaar, vertelt Rijkman Groenink in mijn boek. Daar staat een lijst van tegenprestaties tegenover. Bedrijven zitten voor een dubbeltje op de eerste rang. In de omringende landen is de particuliere gever veel belangrijker. In Nederland zal dat ook gaan gebeuren.'

Particulier geld als redder van de cultuur?

'Ik benader alle partijen in mijn boek kritisch, ook de particuliere gevers. Maar ik denk wel dat de kunstmusea door de toevoeging van particulier geld in de toekomst sterker komen te staan. Ze krijgen grotere autonomie. Als een museum vroeger extra geld verwierf, ging dat af van de subsidie. Particulier geld komt bovenop het geld van de overheid, dus het is bij uitstek bedoeld om ermee te excelleren, zoals een betere collectie-ontsluiting, meer onderzoek. Het gaat om een gevarieerd en bloeiend kunstleven in Nederland. Om te zorgen dat de kwaliteit wordt vergroot, heb je privaat geld nodig.'

Renée Steenbergen, *De nieuwe mecenas. Cultuur en de terugkeer van het particuliere geld*. Business Contact, ISBN: 978 90 470 0043 3, 24,90 euro. www.reneesteenbergen.com