

Ulrike Erbslöh:

## 'Het Van Abbe is een belangrijk kennisinstituut'

Het van Abbemuseum is meer dan een gebouw met mooie plaatjes aan de muur. Het museum wil een belangrijke rol spelen in het opwerpen en beantwoorden van vragen die belangrijk zijn voor zijn omgeving. 'En dat betekent dat we ook van waarde zijn voor het bedrijfsleven', aldus zakelijk directeur Ulrike Erbslöh. 'Momenteel zitten we in het proces daar meer handen en voeten aan te geven.'

Met een stabiel bezoekersaantal van zo'n tachtigduizend bezoekers per jaar is het van Abbemuseum geen typisch blockbuster-museum. 'Maar wij hebben dan ook een heel divers publiek voor ogen', vertelt hoofd marketing, bemiddeling en fondswerving Carina Weijma. 'Als museum voor moderne en hedendaagse kunst zijn we absoluut aan te merken als één van meest toonaangevende van Europa. En dat merk je ook. Lokaal en (inter)nationaal nodigt de kunstwereld ons op podia uit, omdat het Van Abbemuseum vragen op het gebied van kunst en samenleving op een experimentele manier aan de orde stelt. We zijn actief in veel internationale netwerken, reizen met onze tentoonstellingsconcepten over de wereld en directeur Charles Esche publiceert in een twintigtal magazines per jaar. We zijn bijzonder consequent in deze filosofie, die alle directeuren in de historie op eigen wijze hebben uitgedragen.' Twee van die directeuren zijn oud-directeur Rudi Fuchs en de huidige directeur Charles Esche. Zij vormen het middelpunt van de aftrap van een serie tentoonstellingen onder de noemer Play Van Abbe. In deel één - Het spel en de spelers - reconstrueert Fuchs zijn Zomeropstelling uit 1983, parallel daaraan laat Esche de meest recente aankopen van zijn museum zien. In maart begint deel twee: Tijdsmachines. Daar worden historische museummodellen onder de loep genomen. Later dit jaar staat de tentoonstelling De principes van verzamelen, het verzamelen van principes gepland. Daarin vraagt het Van Abbe zich af wat het betekent om kunst te bezitten en welk beeld je oproept met een collectie. In het laatste en vierde deel in 2011 - De toerist, de pelgrim, de flaneur (en de werker) - onderzoekt het museum de rol van het publiek.

### Waarde

Met Play Van Abbe onderzoekt het museum haar eigen identiteit, en de rol van een museum in haar omgeving. 'We zijn altijd meer geweest dan een gebouw met mooie plaatjes aan de muur', stelt Erbslöh. 'We prikkelen onszelf en bezoekers om over onderwerpen na te denken. Daarbij gaat het niet om allerhande metafysische concepten uit de moderne kunst, maar gewoon om fundamentele zaken waar iedereen mee te

maken heeft, burgers, overheden en het bedrijfsleven. Wat is de waarde van historische verandering, wat is vernieuwing, hoe kijk ik naar de wereld om mij heen? Om dat soort vragen draait het hier, ook bij het concept van Play Van Abbe. Deze reeks raakt aan de kern van wat wij zijn. Toch is het geen in zichzelf gekeerde expositie. Wij staan voor dialoog en communicatie. Het Van Abbe maakt deel uit van haar regionale, nationale en internationale omgeving. Dan moet je daar ook actief de discussie mee aangaan. Dat doen we dan ook: met mensen op zaal tijdens hun bezoek, in besloten sessies met bedrijven, maar ook in bijeenkomsten met mensen die zelden een museum bezoeken. Tevens door open discussies met journalisten, en bijvoorbeeld ook door depotstukken op aanvraag te exposeren.'

### Bewijzen

Dat de communicatie- en financieringsopgave waarvoor het van Abbe zich ziet gesteld geen eenvoudige is mag duidelijk zijn. 'Allereerst is onze doelgroep gelimiteerd, net zoals iedere onderneming die in een nichemarkt opereert', vertelt Weijma. 'We willen natuurlijk zoveel mogelijk mensen binnen krijgen. Groei is echter niet het ultieme doel. We vinden het belangrijk om de dialoog met ons publiek en de omgeving stimuleren. De bezoekersgelden vormen maar een deel van onze inkomsten. Het museum is een van de weinige Nederlandse gemeentemusea, en onderdeel van de gemeente Eindhoven, die de exploitatiekosten en het kernbudget voor tentoonstellingen en collectie financiert. Wij vinden het belangrijk om deel van het gemeenteproces te zijn. We dienen immers een algemeen nut, omdat kunst van belang is om de samenleving te inspireren: een bron voor verwondering en verbeelding. Daarnaast kloppen we net zoals ieder ander museum aan bij de Nederlandse kunstfondsen voor de subsidiering van tentoonstellingen. Ook hebben we inkomsten uit bronnen als onze horeca, winkel en congresfaciliteiten. Al met al moeten we ons dus wel degelijk bewijzen. De gemeente werkt met prestatie-indicatoren waarop we moeten scoren. Kunstfondsen financieren niet zonder een toegevoegde waarde te zien. En ook in de exploitatie van onze meer commerciële activiteiten moeten we eruit halen



Carina Weijma en Ulrike Erbslöh (foto: Bram Saeyns)

wat er in zit. We zijn dus op vele fronten actief: als een publieke organisatie, maar ook als een gewoon bedrijf dat de verwachtingen die het schept moet managen om teleurstelling bij 'klanten en stakeholders' te voorkomen.'

### Knooppunt

'Ook het bedrijfsleven neemt in dit spel een bijzondere positie in, vult Erbslöh aan, 'een rol die op een steeds interessantere manier wordt ingevuld. Wij focussen niet op het klassieke sponsoringmodel, zoals bij een voetbalclub waar een bedrijf een bepaald bedrag geeft en daar een box voor terugkrijgt. Dit past immers niet bij ons product, bovendien is de markt er in ons

geval zeer klein voor. Ook hier zoeken wij de samenwerking in de dialoog, in het versterken van elkaars missie. De promotors van het museum, een select gezelschap van ondernemers en bedrijven, stellen geld beschikbaar stellen voor collectie-uitbreidingen. Als kunstliefhebbers onder elkaar organiseren we bijzondere bijeenkomsten en reizen. Daarnaast vinden bedrijven ons steeds meer als knooppunt van interessante ideeën; een plek voor creatieve kruisbestuiving waar ze bijzondere zaken kunnen organiseren, inspiratie kunnen opdoen en vernieuwing in gang kunnen zetten. Voorbeelden zijn de Rabobank, Philips Research - met wie we al succesvol samenwerken - en vraagstellingen van Maximá Medisch Centrum en Airport Eindhoven. Philips Research heeft samen met ons een 'connection day' georganiseerd. Bij dit bedrijf gaat het om constante vernieuwing van processen en producten, om duurzaamheid. Wil je dat bewerkstelligen dan heb je ook een goed idee van het verleden nodig: je weet pas waar je naartoe kunt als je weet waar je vandaan komt. En je moet zaken kunnen visualiseren, weten hoe je tot iets nieuws komt, wat de waarde ervan is, hoe je dit bepaalt. Uiteraard kun je dit soort fundamentele vragen uitstekend aanvliegen met kunstwerken als inspirerend uitgangspunt. Het is maar een van de vele voorbeelden die ik kan geven, maar het idee is eenvoudig. In dit huis en de mensen die hier werken schuilt ontzettend veel toegevoegde waarde - kennis en ervaring - die ontsloten kan worden voor iedereen. In die zin zijn wij een belangrijk kennisinstituut voor de regio Eindhoven, één die zijn waarde al bewezen heeft en dat in de toekomst nog meer gaat doen. Het Van Abbemuseum is belangrijk erfgoed en niet alleen in culturele zin. We zijn een deel van de geschiedenis van Eindhoven. Tegelijkertijd staan we met onze beide voeten in het hier en nu en willen meehelpen de vragen van deze tijd te beantwoorden.'