

‘Artful Intelligence, dat is wat we nodig hebben’

OP DE INTERNATIONALE KUNSTMARKT GAAN JAARLIJKS TIJNTALLEN MILJARDEN OM. VOOR LEKEN LIJKT DIT EEN WEINIG TRANSPARANT UNIVERSUM WAAR SPECULANTEN VERMOGENS VERDIENEN. IS INVESTEREN IN KUNST DUS EEN GOED IDEE? QUOTE VROEG ACHT EXPERTS OM RAAD. ‘MIJN ADVIES: KOOP ALTIJD WAT JE MOOI VINDT.’

Tekst **FLORIS KAPPELLE**

‘Je vraagt je af: blijft kunst betaalbaar? Sowieso blijft het verslavend. Het gaat om troost en schoonheid’

Wie denkt dat de wereldwijde kunstmarkt alleen groeit en bloeit heeft het mis. Over 2024 traceerde het jaarlijkse Art Basel and UBS Art Market Report voor 57 miljard dollar aan kunstomzet, een daling van 12 procent ten opzichte van 2023. Veilinghuizen noteerden zelfs een krimp van 30 procent. Toch staan kunsthandelaren te juichen. Zij kijken naar de groei van kunstbeurzen en zien meer mensen over de vloer komen. De Nederlandse kunstmarkt rapporteerde voor 2023 een omzet van ongeveer 256 miljoen euro, vooral afkomstig van musea, bedrijfscollecties en private verzamelaars. Wie zijn al die kopers? Naast klassieke verzamelaars worden op beurzen steeds vaker jongere kopers gespot. Maar wanneer slaan die toe? Je zou denken: als de conjunctuur gunstig is, kopen mensen meer kunst. Niet waar. Dat doen ze juist in mindere tijden, vanwege de zekerheid. Kwaliteit liegt immers niet en goede kunst drijft altijd boven. Of zoals **Klaas Muller** (50), voorzitter van ‘s werelds oudste kunstbeurs Brafart Art Fair, stellig beweert: ‘Iemand die investeert in herkenbare werken van meesters zal zijn bezit in waarde zien stijgen.’

De kunstmarkt is op een anticyclische manier verbonden met de economie. Niet echt rationeel, want





kunst gaat altijd over emotie. En speculeren? Niet de beste reden om in te stappen, vindt Muller: 'Koop kunst omdat je er graag naar kijkt. Met speculeren zit je er snel naast. De esthetische kant blijft leidend.' Wel wordt kunst populairder als beleggingsobject. Steeds vaker zie je kopers de markt afstruinen om dat ene belangrijke werk te vinden. Het schaap met de vijf poten. In dat opzicht is de markt commerciëler geworden. 'Op kleine veilingen was je vroeger alleen', verzucht Muller. 'Nu kijkt de hele wereld mee en iedereen weet wat het waard is. Kunst kopen als investering blijft echter interessant. De stijgende prijzen voor topstukken zijn het gevolg van de groeiende vraag bij vermogende mensen. Je vraagt je af: blijft kunst betaalbaar? Sowieso blijft het verslavend. Het gaat om troost en schoonheid.'

SAMENWERKEN

Een absolute hoogvlieger op het museale wereldtoneel is de Nederlandse kunsthistorica **Mariët Westermann** (63), sinds 2024 algemeen directeur van het wereldberoemde Guggenheim Museum. Met vestigingen in New York, Venetië, Bilbao en op termijn Abu Dhabi geldt dit instituut als een goede graadmeter voor trending art. Haar voelsprietten voor *the next big thing* staan altijd

'Mijn advies: blijf op *the coral reef* letten maar *go to the blue ocean*. Daar zit niet iedereen te vissen'



KLAAS MULLER
Brafa Art Fair

MARIËT WESTERMANN
Guggenheim Museum

op scherp. Momenteel verzamelt Guggenheim met name voor de nieuwe vestiging in Abu Dhabi, een spectaculair ontwerp van architect Frank Gehry. Met een budget dat volgens *Der Spiegel* en *The New Yorker* zo'n 500 miljoen euro bedraagt wordt een collectie hedendaagse kunst van wereldformaat opgebouwd. Als deze bouwkundige parel zijn deuren opent, wordt een citytrip naar Abu Dhabi extra aantrekkelijk. Westermann ziet duidelijke tendensen. 'Dit is niet meer *the age of collecting*, maar *the age of sharing collections*. Dan kun je veel meer kunst laten circuleren. Ook het gezamenlijk verwerven wordt aantrekkelijk, zoals video art en algoritmische kunst, die makkelijk op verschillende locaties te tonen is. Met *Marten en Oopjen* van Rembrandt ligt dat lastiger, even los van de aanschafprijs van 160 miljoen euro.' Intussen blijven de prijzen

voor kunst maar stijgen, ondanks economische onzekerheden. Kopers onderkennen blijkbaar nog steeds de blijvende waarde van goede kunst. Zo zijn schilderijen van Hollandse meesters altijd een goede deal, zegt Westermann. 'Mijn advies: blijf op *the coral reef* letten maar *go to the blue ocean*. Daar zit niet iedereen te vissen. Een strategie die aanmoedigt om verzadigde markten te mijden en nieuwe markten te exploreren.' Vissen musea tijdens veilingen dan niet regelmatig achter het net als er grote verzamelaars actief zijn? Westermann schudt haar hoofd. 'Vaak laten verzamelaars hun collectie na aan een museum. Je ziet ze ook steeds vaker samenwerken met musea in hun aankoopbeleid. Een verstandige tendens.' Een geheel andere ontwikkeling is de opkomst van AI-kunst, een hype die volgens de kenners vermoedelijk weer overwaait. Het publiek zal immers altijd oog houden voor het menselijk talent om dingen te maken. Westermann besluit: 'Kunst komt nooit uit het niets. *Intelligence* blijft leidend. Het

is de kunstenaar die AI activeert. Eigenlijk is het *Artful Intelligence* wat we nodig hebben.'

REMBRANDTS

Een stadsgenoot van Westermann in New York is miljardair, historicus en kunstverzamelaar **Thomas Kaplan** (63). Hij heeft een geschat vermogen van 1 miljard dollar, vooral verdiend met goud en zilver. Als 's werelds grootste particuliere verzamelaar van Rembrandts heeft hij nogal wat ervaring in het topsegment. 'We hebben er nu zeventien en we zijn nog niet klaar', zegt hij met een glimlach. Kaplan heeft het verzamelen tot kunst verheven. Toen hij ermee begon, wisten hij en zijn echtgenote elke week een topwerk te verwerven, en dat vijf jaar lang. Dan moet je goed in de slappe was zitten. Zijn indrukwekkende verzameling van 250 Hollandse meesters uit de Gouden Eeuw is ondergebracht in The Leiden Collection, waarmee hij met plezier uitleent aan bijvoorbeeld

het H'ART Museum in Amsterdam. Tijdens de tentoonstelling *Van Rembrandt tot Vermeer*, eerder dit jaar, vergaapten zich daar 100.000 bezoekers aan muren vol meesters van eigen bodem, allemaal uit de collectie van Kaplan. In tien jaar tijd hebben ruim negentig musea wereldwijd bruiklenen gekregen. Opgewekt vertelt Kaplan dat hij dat ziet als een investering in mensen. 'Kunst kan mensen inspireren. Mijn vrouw en ik hebben ooit besloten dat we niet met de schilderijen zouden samenleven. The Leiden Collection moest een middel worden om grote kunst in te zetten voor het algemeen belang.' Vanaf zijn zesde was Kaplan gegrepen door Hollandse meesters. Dat hij er zelf een kon bezitten, daar kwam hij pas veel later achter. Tijdens de financiële crisis was er veel werk op de markt en weinig concurrentie. Kaplan veert op. 'Toen

opgetrokken schouders. Die intense emotie, die kwetsbaarheid, en dan die openhartige blik van de oude man. Dat roept bij mij een sterk medeleven op.' Heeft hij last van exploderende prijzen op veilingen? 'Liever doen wij aankopen via vertrouwde handelaren. Kijk, je hoeft geen genie te zijn om Rembrandt te verzamelen. Je moet een genie zijn om Rembrandt te zijn. Het vergt nauwkeurigheid en ambitie om zijn nalatenschap op de juiste manier te eren en te verspreiden.' Intussen ziet Kaplan de monetaire waarde van kunst fluctueren. 'Er was een tijd dat ik twee schilderijen van Rembrandt kon kopen voor de prijs van één Warhol. Dat is veranderd. De schaarste aan echt grote kunst betekent een herwaardering. De werkelijke waarde ligt in de inspiratie die je er zelf uithaalt. Als je kunst koopt waar je van houdt, kan het niet misgaan.'

GROOTSTE KUNSTBEURZEN TER WERELD:

Art Basel (Basel, Miami en Hongkong) Frieze (Londen, New York, Los Angeles en Seoul) Tefaf (Maastricht)



THOMAS KAPLAN
Kunstverzamelaar

grepen we onze kans om zo veel mogelijk Rembrandts te kopen.' Inmiddels hebben de Kaplans een collectie opgebouwd met een uitgesproken visie. 'Onze voorkeur gaat uit naar schilderijen die de mens tonen.' Met de ogen vol vuur: 'Diep geraakt ben ik door Rembrandts *Portret van een oude man met*

'Je hoeft geen genie te zijn om Rembrandt te verzamelen. Je moet een genie zijn om Rembrandt te zijn'

‘Als relaties uit mijn netwerk iets verkopen, is dat vaak omdat ze kleiner gaan wonen. Echte verzamelaars kunnen niet stoppen met kopen’

Of Kaplan kunst koopt bij **Bob Albricht** (53) blijft geheim. Discretie is sowieso usance in de kunsthandel. Kunstgalerij Albricht in Oosterbeek is gespecialiseerd in negentiende- en twintigste-eeuwse Hollandse schilderkunst. Al ruim vijftig jaar ziet het gerenommeerde handelshuis topstukken van schilders als Van Dongen, Israëls, Mondriaan, Sluijters, Appel en soms een Van Gogh over de toonbank gaan. Die worden tot ver over de grens verkocht. Op de hoogte blijven is *key*, zegt Albricht, die ontbijt met sites als Artnet, Artnews en The Art Newspaper, gevolgd door kunstbladen als *Apollo* en *Tableau*. Als superspecialist ziet hij een trend: het middensegment is aan het ondersneeuwen. Nu verzamelaars steeds meer focussen op topstukken, laten handelaren op grote kunstbeurzen alleen het beste werk zien. De vraag naar schilderijen van een

eeuw oud groeit. Dat zie je aan exposities, boeken en veilingen gewijd aan deze niche. Het hoogste prijssegment is momenteel favoriet bij Albricht. ‘Er is een duidelijke verschuiving naar kwaliteit en zeldzaamheid. Terwijl prijzen stijgen neemt de vraag naar high-end toe, ondanks economische onzekerheid. Juist dan grijpen mensen terug op goud en goede kunst. Kunst met een grote K, waar de zeef des tijds overheen is gegaan, van bekende kunstenaars die wereldwijd in de grote musea hangen. Dat is een veilige haven.’

VERJONGING

Steeds vaker komen er bij Albricht jongere generaties kunstkopers met oog voor klassiek modernisme en avant-garde. Dat kopen ze omdat ze het mooi vinden, niet om te speculeren. Die zucht naar snelle winst zie je eerder bij kopers van hedendaagse kunst. Albricht legt uit: ‘Als relaties uit mijn net-

werk iets verkopen, is dat vaak omdat ze kleiner gaan wonen. Echte verzamelaars blijven komen en kunnen niet stoppen met kopen.’ Daar profiteren uiteindelijk de musea van, want daar belandt steeds meer kunst. Schenken aan Nederlandse musea betekent immers een bonus van 20 procent van de staat, maar ook een boost voor de markt. Een voorbeeld is het werk van Jan Sluijters uit de Collectie Nardinc van Quote 500-familie Blokker, die nu is te zien in Singer Laren. Commercieel gezien vindt Albricht dat interessant. ‘Verzamelaars lenen graag uit. En dat is weer een *selling point*.’ Overigens zie je dat Amerikaanse musea afdelingen *European paintings* opzetten of uitbreiden met negentiende-eeuwse schilderijen. Een internationale inhaalslag met als hoogtepunt kunstbeurs Tefaf in Maastricht, waar vrijwel alle Amerikaanse musea aankopen doen. Vooral Nederlandse kunst en sinds enige jaren ook negentiende-eeuwse vrouwelijke schilders. ‘Een goede ontwikkeling’, vindt Albricht. Investeren in kunst ziet hij als spreiding van vermogen, maar ook als vrijstelling van box 3 als het om decoratie gaat. Wil je beleggen, dan moet je rendementsheffing betalen die effectief ongeveer 32 procent bedraagt over een forfaitair berekend rendement. Albricht denkt even na. ‘Goede kunst kun je zien als een solide investering met kijk-

plezier. Die kun je doorgeven aan de volgende generatie; een mooie manier om je kinderen iets na te laten.’ Opvallend aan die nieuwe generatie is dat die heel eclectisch kunst koopt. Ze kiezen voor verschillende stijlen en plaatsen die naast elkaar: een boeddhabeeld naast negentiende-eeuwse schilderijen en hedendaagse fotografie. Dit alles wordt aangeboden op een groeiend aantal kunstbeurzen. Zoals Pan Amsterdam, een beurs met oude en moderne kunst, antiek, design en juwelen. In alle prijsklassen, van een paar duizend euro tot een miljoen, en alles van niveau vanwege de strakke keuring. Een populaire beurs met veel nieuwe gezichten. Albricht lacht enthousiast: ‘Die verjonging is geweldig om te zien.’

Ook **Mark Grol** (55) ziet meer jongeren actief worden. Als directeur van Pan Amsterdam houdt hij grote trends in de commerciële kunst-

MARK GROL
Pan Amsterdam



‘De nieuwe generaties zien dat kunstbeurzen cool zijn. Geen rodebroekenparade, maar bij een groep horen en genieten van het leven’

wereld nauwlettend in de gaten. Hij wil weten wat zijn beurs moet aanbieden en hoe je meegaat met de tijd. Met een achtergrond als kunsthandelaar in Hongkong, directeur van de Picasso-galerie Cahiers d’Art in Parijs en directeur van Sotheby’s in Amsterdam, Parijs en Londen is hij een ervaren trendwatcher. Zo is het hem opgevallen dat interieurs weer op *Wunderkammers* beginnen te lijken. ‘Ik zie huizen vol design, achttiende-eeuwse kasten, moderne fotografie en fossielen van dinosaurussen als hedendaagse kunst. *Conversation pieces*, daar gaat het om.’ Het is duidelijk: de verzamelaar van zilveren vingerringen sterft uit, nieuwe kopers steken de kop op. Beurzen en veilinghuizen spelen daarop in met luxe objecten, horloges en sneakers. Terwijl het aandeel antiek afneemt, gaan kunsthandelaren zich meer toeleggen op een specialisme, zoals Frides Laméris met antiek glas. Het jongere publiek wil meer weten en laat zich voorlichten. Tijdens Pan Amsterdam speelt Grol daarop in met de zeer populaire *art evenings*. ‘De nieuwe generaties zien dan dat kunstbeurzen cool zijn. Geen rodebroekenparade met blabla, maar bij een groep horen en genieten van het leven.’ Kunstclubs doen het inderdaad goed. Kijk maar naar het succes van The Arts Club, Titus Cirkel, Young Collectors, de MuClu en



JEANNETTE TEN KATE
The Art Connector

vele andere. Daar vind je liefhebbers die samen op pad gaan en kunst kopen met als motto ‘*art is a way of life*’. Grol, hardop lachend: ‘Het is toch veel leuker om over kunst te praten dan met een handelaar in parasols?’ Kunst kent geen dagkoersen, zegt Grol. Wil je op safe spelen, kies dan voor *blue chip*: gevestigde, internationaal erkende kunstenaars wier werken waardevast en marktstabiël zijn. Dan is investeren als vermogensbescherming een goede optie. ‘Het moet wel goed en zeldzaam zijn. Dus als je een Van Gogh van 60 miljoen koopt, is de kans groot dat je daar na twintig jaar een mooi rendement op maakt. Lef en een lange adem zijn vereist, want je weet het nooit 100 procent zeker.’ En achteraf oordelen is altijd makkelijk. Wie eind jaren tachtig een goede neus had, kocht Chinese kunst. Maar ja, wie wist dat toen? Kunst heeft

geen onderliggende waarde. Stenen, goud en aandelen zijn vast veel veiliger, maar als je iets goeds koopt van een bekende naam, geniet je des te meer. En verzamelen? Dat komt helemaal terug, voorspelt Grol. ‘Voor kunst en objecten met een wereldwijd imago. Ook gaan we een revival zien van kunstenaars met aandacht voor het ambacht en een verhaal. Je ziet dat op de kunstbeurzen, van Tefaf tot Frieze: men zoekt informatie, inspiratie en ontmoetingen. De beurzen zijn ramvol.’ Ook zijn Pan was nog nooit zo drukbezocht. Omzetcijfers kan Grol echter niet noemen. Hij gaat ervan uit dat er goed verkocht wordt, anders zouden die handelaren daar niet staan.

HAPPY ART

Een bekend gezicht op die beurzen is consultant en taxateur **Jeannette ten Kate** (63). Zij adviseert bij aan- en verkoop van kunst door de markt-

werking uit te leggen aan niet-professionals. Met The Art Connector bouwt ze bruggen tussen de kunstwereld, particulieren en bedrijven. Met haar grote kennis, ervaring en netwerk staat Ten Kate al jaren bekend als kunstverbinder die weet wat er speelt. 'Sinds de millenniumwissel zien we een aantal hypes. Zoals kopers van hedendaagse kunst uit de hele wereld. Opkomende markten als Chinese, Afro-Amerikanen en Afrikaanse kunst. Die hypes zijn voorbij, maar het residu van de kunstenaars die ertoe doen is gebleven.' Ze bespeurt ook andere, niet-geografische tendensen die meer door het publiek zijn bepaald. Zoals kunst van vrouwen en *happy art*, instagrammable kunst die interessant is voor jonge, onzichtbare onlinekopers, vooral uit Azië. 'Verder zien we een verschuiving van herkenbare beelden naar abstracter. Actueel is de aandacht voor de *Global South*, kunstenaars uit Afrika, Latijns-Amerika en Azië, en de onbekende verhalen van de

oorspronkelijke bewoners.'

Over nieuwe technieken in de kunstwereld is Ten Kate stellig. 'Uitingen als NFT en AI-kunst zijn *here to stay*. Dat trekt de aandacht van nieuwe generaties kunstkopers, die veel jonger zijn dan vroeger. Succesvolle techondernemers die niet zozeer verzamelen, maar iets leuks willen hebben. Ze kijken rond op beurzen, doen thuis onderzoek en gaan terug naar de galerie om het werk te zien. De kunstenaar is belangrijker dan de galerie.' Dit gedrag heeft z'n effect op de veilingprijzen. Ook al dalen die sinds 2022, het aantal transacties in het laagste segment is met 80 procent gestegen. Dat zijn dus jonge kopers: millennials en Gen Z die kunst wel degelijk zien als beleggingsobject. Een benadering die in de VS al langer gangbaar is. Wat dat betreft geeft Ten Kate hetzelfde advies als de andere informanten: koop

GROOTSTE VEILINGHUIZEN TER WERELD

Christie's (Londen), Sotheby's (New York)
Phillips (Londen)



ARNO VERKADE
Christie's Nederland

wat je mooi vindt, koop *the best value for money*.

RAINMAKERS

Maar hoe kijkt de veilingwereld naar de huidige kunstmarkt? We schuiven aan bij **Arno Verkade** (58), directeur bij Christie's

Nederland en voorheen onder meer baas van de Londense Evening Sale, de *champions league* van het mondiale veilingwezen. Al ruim dertig jaar is hij verslaafd aan kunst en het ouderwetse handwerk: veilingen, taxaties, innames. Het mooist vindt hij een veiling maken. Bij lot nummer 1 het rostrum opstappen en – God zegene de greep – kijken wat er gebeurt. Altijd weer spannend. Geveild wordt er echter niet meer in Amsterdam. Jammer, want kunst zit Verkade in het bloed. Als zoon van beeldhouwer **Kees Verkade** wist hij al vroeg wat het zou worden. Hij begon met zilver poetsen bij Christie's en groeide mee met het bedrijf. Gaandeweg zag hij hoe de kunstmarkt zich ontwikkelde en welke strategische keuzes er werden gemaakt: exit veilingen en focussen op de Nederlandse vestiging. Als internationaal specialist is Verkade betrokken bij grote taxaties, Europese

'Uitingen als NFT en AI-kunst zijn *here to stay*. Dat trekt de aandacht van nieuwe generaties kunstkopers, die veel jonger zijn dan vroeger'



regelgeving en de brexit. Schilderijen vinden en verkopen blijft core-business bij Christie's. Zoals recent twee kleinere portretten van Rembrandt, die in Londen werden geveild voor ruim 13 miljoen euro. Intussen worden *private sales* steeds populairder. Daarbij gaat het om vertrouwen en flexibiliteit. Stel, u hebt een mooie Warhol om te verkopen. Wilt u winstmaximalisatie? Dan kiest u voor publiciteit; een grote opbrengst verzekerd. Gaat u echter voor discretie, dan krijgt niet iedereen het te zien. Meegaan met de markt betekent voor Christie's ook de blik op nieuwe generaties richten. Daartoe werken jonge kunstenaars en galeristen samen in het monumentale pand aan het Vondelpark. Verkade, met een glimlach: 'Zo komen boomers, generatie X en millennials elkaar tegen in onze *intergenerational workplace*. Medewerkers en klanten zijn veel jonger dan voorheen. Al die generaties willen we op elkaar laten aansluiten. Dan spelen thema's als diversiteit, gender, kleur en inclusie een grote rol. Zeker in de kunstmarkt en zeker ook bij ons. Om nieuwe kunstenaars te spotten hebben wij jonge medewerkers die de *rainmakers* op de voet volgen. Blijft de vraag: in welke richting gaat de smaak? Altijd een verrassing. Wie had gedacht dat figuratieve schilderijen nu de trend zouden zijn?'

TROPHY HUNTERS

In 2024 daalde de omzet in de wereldwijde kunstmarkt, terwijl de private sales stegen. Hoe dat kan? Niet doordat er een gebrek aan kopers is, maar aan aanbod van topwerk, vooral in het segment vanaf 10 miljoen. De veilingen van Christie's in New York brachten een paar jaar geleden tijdens Picture Week nog 1 miljard dollar op, tegen 600 miljoen vandaag de dag. Londen doet nu zo'n 150 miljoen, ook een stuk minder. Leidden voorheen duidelijke oorzaken als de dotcomcrisis, kredietcrisis en covid tot omzetverlies, nu is het een combinatie van factoren. Verkoopredenen waren altijd de vier D's: *death, divorce, debt, dealing*. Dealing is nu belangrijker geworden. Als je iets kunt verkopen voor drie keer de aankoopprijs, kun je weer wat nieuws aanschaffen. En daar ligt het probleem in deze markt: het aanbod. Investeren in kunst als

vermogensbescherming zie je vooral in het hoogste segment. Verkade kijkt bedenkelijk. 'Daar opereren de *trophy hunters*.

Zelf zie ik meer in solide rendement op lange termijn dan in jonge kunstenaars waar iedereen achteraan rent. Neem **Beeple** (artiestennaam van Mike Winkelmann, red.) met zijn NFT-kunst en goed voor 69 miljoen dollar bij Christie's in 2021: alweer voorbij. In elke generatie kunstenaars zie je hypes. Bij Cobra zaten twintig kunstenaars, van wie er een paar overbleven. Uit de zeventiende eeuw resteren Hals, Vermeer en Rembrandt.'

Anno 2025 is het allemaal anders. Door social media krijgen jonge kunstenaars weinig tijd om zich rustig te ontwikkelen. Een goed voorbeeld van een klasieke ontwikkeling is **Marlene Dumas**. Van

academie De Ateliers naar groeps- en solotentoonstellingen, toen een goede galerie, naar musea, een onewomanshow en uiteindelijk een wereldster. Nu is zij de grootste en duurste kunstenares ter wereld. Maar zo gaat het niet meer volgens Verkade. 'Kunst moet instagrammable zijn en figuratief. Kunst als *Wit zonder titel*, van **Jan Schoonhoven**, dat gaat niet werken online.'

ART FLIPPERS

Met een jaarbudget van zes ton voor het aankopen van hedendaagse kunst is de AkzoNobel Art Foundation een speler van formaat op de Nederlandse kunstmarkt. Al dertig jaar staat directeur **Hester Alberdingk Thijm** (65) aan het roer van de stichting, die alom geprezen wordt als hét voorbeeld van een professionele *corporate art foundation*. Kwantificatie van de collectie zou een snelle rekenaar op een waardebepaling van vele miljoenen brengen. Althans, de ver-

'In welke richting gaat de smaak? Altijd een verrassing. Wie had gedacht dat figuratieve schilderijen nu de trend zouden zijn?'

zekerde waarde. De werkelijke waarde ligt in het potentieel van de collectie. 'Kunst werkt als menselijk kapitaal met maatschappelijke kracht', aldus Alberdingk Thijm. Ze houdt zich vooral bezig met beheer en uitbreiding van de collectie binnen de *corporate values* van de verfreus. Daaruit volgen tentoonstellingen in de Art Space op de Zuidas, die voor iedereen gratis toegankelijk is. De corporate verzamelaar is overal te vinden waar goede hedendaagse kunst wordt verkocht, lokaal en wereldwijd. 'Niet alleen kijken, maar ook kopen. En altijd van levende kunstenaars, jong en oud. Dat is beter dan de erven ondersteunen. Kunst verkopen? Gebeurt niet. Nooit.'

Ze neemt ons mee op een trendreis. 'Begin deze eeuw moest alles *big*,

bigger, biggest. Er was veel speculatie door *art flippers*, kunstspeculanten die snel kopen en snel verkopen, net als in het vastgoed. Een slechte ontwikkeling voor jonge kunstenaars.' Door economische tegenwind, inflatie en geopolitieke onrust zie je die praktijken voorbijgaan. Nu kijkt men minder globalistisch en keert terug op het nationale nest. Een behoudende strategie; men kiest voor zekerheid. 'Daarom is dit een goed moment om opkomend talent te steunen. Daarmee toon je visie en maatschappelijk bewustzijn', zegt Alberdingk Thijm vol overgave. Verder ziet ze de opkomst van niet-westerse kunst flink doorzetten. 'Als je een goede collectie wilt opbouwen, moet je zorgen voor balans. Met verdieping en verbreding in bijvoorbeeld Afrikaanse

kunst en kunst van vrouwen. Ook zien we dat kunst met een politieke boodschap goed verkoopt in deze onrustige tijden. Het gaat om meer dan alleen schoonheid. Galerieën willen zowel esthetisch als ethisch ondernemen. We moeten een nieuw publiek aanboren en kansrijke connecties leggen. Dan blijven wij met passie kopen.'

BEZIELENDE KUNST

Alberdingk Thijm is iemand die online alles volgt, dag en nacht. 'Verslavend is het, zeker als je bij wilt blijven.' Om alle ontwikkelingen bij te houden zit ze in raden van toezicht bij musea en fondsen. Hierdoor heeft ze een goed overzicht van wat er speelt in de kunstwereld en de maatschappij, van kunst die blijft en kunst die voorbij gaat. 'Zo zie ik gehypete kunstenaars opkomen, blinken en verzinken. Ineens hebben die een sterrenstatus met veel te hoge prijzen. Dan loop je het risico snel weer vergeten te worden. Langzaam groeien is beter. Niet als een raket, want dan kun je hard vallen. Wij hebben altijd met beleid aangekocht. Dus geen hypes en zeker geen epigonenkunst zonder ziel. *It looks like art so it should be art*, zeggen ze wel. Maar die vlieger gaat niet op. Designstukken van het slechtste soort, daar ben ik faliekant tegen. Geef mij maar goede kunst, kunst die bezielde is. Je wilt thuis toch iets unieks, waarin je steeds wat nieuws ontdekt? Kunst is zuurstof. Als je wilt investeren in deze

wereld, moet je kunst kopen. En dat gaat niet om geld, maar om de meerwaarde van het menselijk bestaan. Die krijg je als je kunst koopt.'

Tot slot: waar gaat het naartoe in de kunstwereld? Kort gezegd heeft de internationale kunstmarkt, ondanks de optimistische inzichten van de kenners die we spraken, te kampen met krimp, tegenwind en onzekerheid. Oorzaken zijn wereldwijde onrust met conflicten en onstabiele markten. Toch blijft er in alle prijsklassen een sterke vraag en zien we groei aan de onderkant van de markt en in opkomende regio's. In weerwil van alle tegenspoed zijn verzamelaars op zoek naar kunst van de hoogste kwaliteit. Als solide belegging of om rustig van te genieten. Want wie wil er nou niet een mooi schilderij aan de muur?

'Als je wilt investeren in deze wereld, moet je kunst kopen. En dat gaat niet om geld, maar om de meerwaarde van het menselijk bestaan'