

Verkoop kunst: van verontwaardiging naar een geschenkje!

Tijden veranderen

De huidige tijdsgeest vraagt om aanpassingen. Een inkrimpend kantorennetwerk, voortzettende digitalisering en veranderende werkmethodes waren vorig jaar voor ING aanleiding om de bedrijfscollectie grondig te heroverwegen. In eerdere 'ontzamel'-rondes was kunst geschonken aan musea en educatieve/ zorginstellingen. Ook was kunst terug verkocht aan kunstenaars en vonden meerdere personeelsveilingen plaats. Dit keer werd besloten maar liefst 1000 kunstwerken af te stoten via een openbare online veiling. De opbrengst kwam ten goede aan nog levende kunstenaars en de opbrengst van reeds overleden kunstenaars aan De Ateliers. Op deze manier ondersteunde ING de hedendaagse kunst sector, die het in de Corona periode niet makkelijk had.

Tips en tricks

'Ontzamelen' is een kunst op zich: graag deel ik een aantal ervaringen en suggesties. Veel energie en tijd gaat zitten in alle interne processen om aan de strenge eisen op juridisch en IT gebied te voldoen. Betrek afdelingen zoals Compliance, Risk, Finance, Legal, Media, externe en interne Communicatie tijdig in de afstotingsplannen. Hoofdbrekens kost ook het selecteren van de kunstwerken. Maak daarom vooraf een lijst van criteria. Zoals bijvoorbeeld: het kunstwerk voldoet (niet) aan de kernwaardes van het collectiebeleid, vraag je af of het kunstwerk vervangbaar is, of het nog representatief is etc. Leg- als de selectie eenmaal definitief is- de overzichten inclusief waardes vast en laat ze aftekenen zodat hier achteraf geen onduidelijkheid over kan ontstaan. Dan intern het plan aan verschillende stakeholders voorleggen en het eventuele reputatie risico bespreken met onder andere woordvoering. Vervolgens de reacties peilen bij een aantal kunstenaars en galerieën. Wordt het afstoten positief ontvangen? Indien er minder enthousiaste reacties komen, kun je je daarop instellen en dit meenemen in je plan. Zorg ervoor dat ook de Nederlandse Galerie Associatie op de hoogte is. Een andere belangrijke stap is het plaatsen van alle te ontzamen kunstwerken op de afstotingsdatabase van de Nederlandse Museumvereniging. Als musea daaruit een keuze maken kun je die schenken, dan krijgen de werken een veelal publieke bestemming en de kunstenaars een representatief en mooi nieuw platform. Geef tenslotte een concrete bestemming aan de opbrengst en vergroot zo het draagvlak voor het afstoten. Door een publiciteitscampagne geef je de veiling bekendheid en bereik je meer geïnteresseerden dan alleen eigen medewerkers en gepensioneerden. Bijzondere klanten of medewerkers van je eigen organisatie maak je warm met een exclusieve preview. En een goed ingerichte 'FAQ' schept duidelijkheid en vergroot de organisatorische zichtbaarheid. Denk tot slot tijdig na over de financiële afwikkeling van de BTW en het volgrecht (indien van toepassing)- na afloop van de veiling. Dat geldt voor zowel het bedrijf als voor de kunstenaars.

ING veiling

De publieke online veiling van ING was in samenwerking met het veilingshuis Veilet waar goede ervaringen mee waren. Veilet zorgde voor goede foto's van de objecten, de online veiling, de afhandeling met en het transport naar de kopers. Grote verrassing was dat alle 1000 kunstwerken werden geveild met een opbrengst van € 600.000,-. Uiteindelijk is slechts 2% van alle kunstwerken niet opgehaald of bedachten kopers zich op het laatste moment. Het resultaat was een absolute win-win situatie: ontzaming van de collectie met zowel enthousiaste kopers als kunstenaars. Zo liet een collega weten dolgelukkig te zijn eindelijk het kunstwerk te hebben bemachtigd dat jarenlang naast haar werkplek hing. En een aanvankelijk verontwaardigde kunstenaar waarvan al zijn werk uit de ING Collectie werd verkocht schreef ons later: 'Wat het (te ontvangen bedrag) ook is, het zal een geschenkje uit de hemel zijn. Merci'.