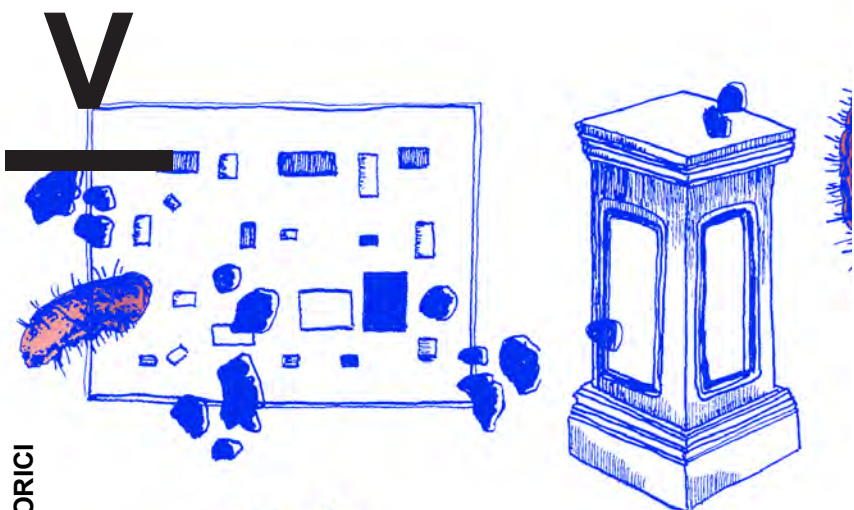




N

Bulletin *Kunsthistorici*

Succes moet je vieren!

P. 2

THEMAKATERN:
Het succes
van de
kunstgeschiedenis

P. 6

Interview met
De Kunstmeisjes

P. 13

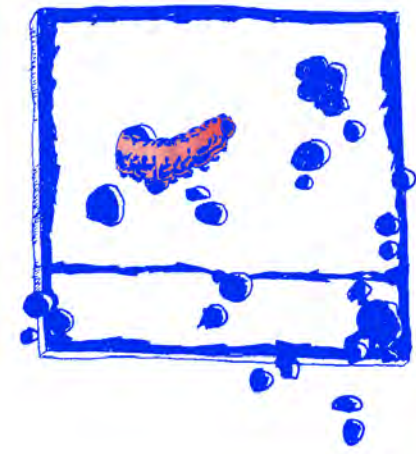
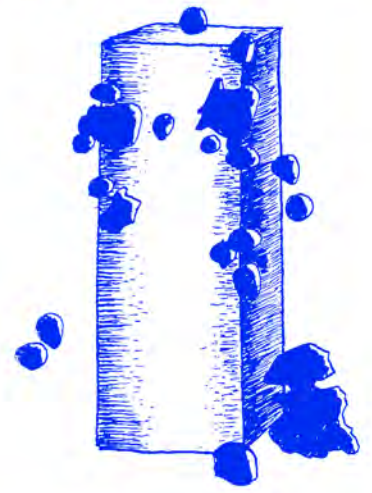
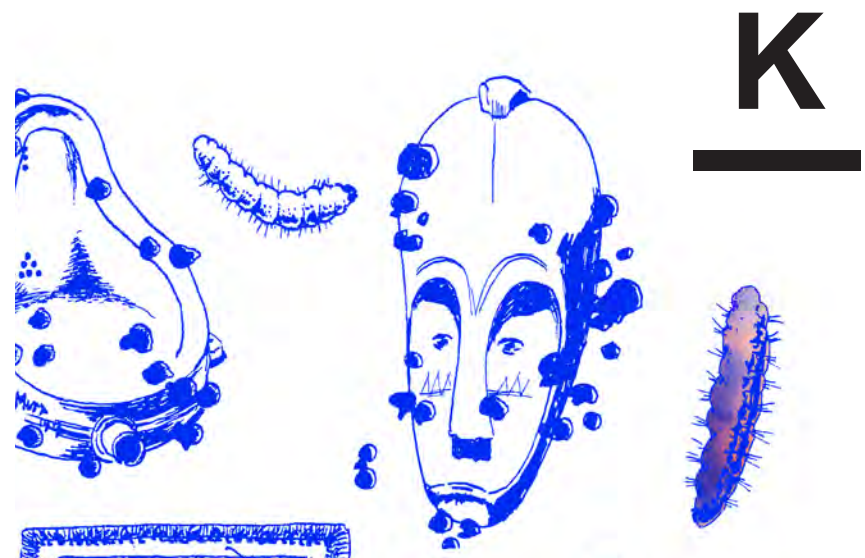
Column:
De weg naar succes

P. 16

Samen bereik je meer!
Interview met
Paul van den Biesen

P. 17

en meer...





Annette de Vries

Succes moet je vieren!

Dit jaar viert de VNK haar 80-jarig jubileum. Anders dan de leeftijd suggereert, is de VNK geen bedaaide oude dame of krasse knar. Wat dan wel? Een beroepsvereniging die kunsthistorici, werkzaam in uiteenlopende sectoren als universiteit, musea, erfgoed, kunsthandel, educatie of als zelfstandige, verenigt. Veelkleurig, professioneel en bij de tijd. Het thema van het jubileum is 'Het succes van de kunstgeschiedenis'. Natuurlijk zijn we als beroepsvereniging vaak bezig met zaken die anders of beter kunnen, maar successen moet je af en toe vieren. Niet om ons als kunsthistorische wereld op de borst te kloppen, maar om onze energie en creativiteit blijvend aan te wakkeren. Het werk is immers nooit af.

Tijdens het 75-jarig lustrum in 2014 maakten we de mooie publicatie *Onder kunsthistorici*, met veel aandacht voor veranderingen binnen de VNK sinds de oprichting in 1939 en een doorkijkje naar de toekomst. Enkele issues die toen op de lustrumdag in Museum Catharijneconvent naar voren kwamen, zijn de afgelopen jaren ook door de VNK opgepakt. Denk aan de goed bezochte studiedag *Buiten de muren. De kunsthistorische opleiding en het werkveld* vorig jaar. Veel is er nog te doen, maar dit jaar staan we als kunsthistorici stil bij onze successen. Een voorproefje hiervan al in dit Bulletin. Maar alles culmineert op de Kunsthistorische Dag op 11 oktober 2019. *Save the date*, want dit wil je niet missen! Al maandenlang draait een lustrumcommissie, met enkele jonge kunsthistorici en VNK-bestuursleden, overuren om ervoor te zorgen dat Nederland niet meer om het succes van de kunstgeschiedenis heen kan.

Toch wil de aanstaande lustrumdag geen eindpunt zijn, maar juist een (hernieuwd) beginpunt van meer zichtbaarheid van ons vak. Iets wat we als VNK niet alleen zullen doen, maar samen met onder meer de Onderzoeksschool Kunstgeschiedenis. De eerste gezamenlijke ideeën

voor een Week(end) van de Kunstgeschiedenis in 2022 zijn al in gang gezet. En graag laten we nog andere organisaties daarbij aansluiten, denk aan het RKD - Nederlands Instituut voor Kunstgeschiedenis en de Vereniging Rembrandt.

Successen zijn er voldoende. Ze komen dit jaar op diverse manieren aan bod. Ik noem hier geen concrete voorbeelden of initiatieven, maar wil graag drie begrippen aandragen die voor mij het succes van de kunstgeschiedenis representeren: passie, verrijking en relevantie. Er is bijna geen vak waar de professionals zo gepassioneerd zijn als bij de kunstgeschiedenis. Ze raken er niet over uitgepraat, geschreven en gediscussieerd. Geen kunsthistoricus die ooit met pensioen gaat. Ja formeel, maar daarmee heb je het wel gehad. Die (vertel)kracht van docenten, conservatoren, educatoren, handelaren, erfgoedprofessionals etc. is de grote kracht van de kunstgeschiedenis. Blijven koesteren!

Kunst verrijkt het leven. Een bezoek aan een museum of het zien van een mooi kunstprogramma kan iemand doen opleven. Het brengt ons in contact met de scheppende kracht van de mens. Kunst roept verbazing op en laat ons steeds opnieuw voelen dat de mens een scheppend en creatief wezen is, niet louter speelbal van de elementen. Maar kunst doet meer dan verrijken. Het is een kracht die maatschappelijk relevant is. We hebben allemaal de reactie van het publiek – rijk en arm, oud en jong, van diverse herkomst – gezien op de brand in de Notre-Dame. Het verdriet, de afschuw, het ongeloof. Een baken in Europa dreigde verloren te gaan. Het raakte iedereen. Als dat geen teken van relevantie is, wat dan wel?

Kunst is passie. Kunst is verrijking. Kunst is relevant. Als we dat de komende jaren nog zichtbaarder kunnen maken, dan blijft succes verzekerd.

Annette de Vries
Voorzitter





Julia van Marissing

“Ik zie talrijke publicaties langskomen en krijg een helder beeld van het werkveld.”

Interview met Julia van Marissing

Door Eline Levering

Jaarlijks geeft de VNK een bibliografie uit over een specifiek onderwerp uit de Nederlandse kunst- of architectuurgeschiedenis. De bibliografie wordt ingeleid door een gerenommeerd kunsthistoricus en samengesteld door een jonge kunsthistoricus. Dit jaar is het de beurt aan publicaties die betrekking hebben op Beeldende kunst en kunstnijverheid 1550-1700, geschreven door Nederlandse kunsthistorici tussen 2014 en 2018. Julia van Marissing woont en werkt sinds kort in Londen en is de samensteller van deze bibliografie. Zij vertelt waarom ze reageerde op de oproep voor een samensteller en hoe ze te werk gaat.

“In februari ben ik gestart als zelfstandige. Ik heb tweeënhalf jaar gewerkt als junior expert bij een veilinghuis. Een leerzame en dynamische omgeving, maar ik miste diepgang en kunsthistorisch onderzoek. Mijn vriend kreeg onverwachts de mogelijkheid om voor werk naar Londen te verhuizen. Dat was voor mij de perfecte aanleiding om een volgende stap te zetten en als freelance kunsthistoricus aan

de slag te gaan. Toen ik de oproep zag heb ik direct gereageerd. Het samenstellen van de VNK-bibliografie vormt een heel mooi startpunt. Ik zie talrijke publicaties langskomen en krijg een helder beeld van het werkveld.”

Bruikbaar hulpmiddel

“Met de bibliografie brengen we in kaart hoe divers en breed het Nederlandse kunsthistorische veld is. De bibliografie maakt

inzichtelijk waar men onderzoek naar heeft gedaan, welke ontwikkelingen er gaande zijn en biedt tevens een podium voor zelfstandigen, onderbelichte onderwerpen en specifieke specialismen. Verder is de bibliografie een waardevolle bron voor onderzoek; mede door de categorisering is het een heel bruikbaar hulpmiddel. En ik hoop dat het veel (jonge) kunsthistorici aanspoort om hun onderzoek en bevindingen te publiceren. Ik geloof heel erg in kennisuitwisseling en daar draagt de VNK-bibliografie heel mooi aan bij!”

Rembrandtjaar

De VNK-bibliografie kent een aantal standaardcriteria. Zo is de bibliografie van dit jaar gericht op het tijdvak 1550-1700 en worden alleen Nederlandse – of aan Nederlandse instellingen verbonden – kunsthistorici opgenomen. Verder betreft het alleen wetenschappelijke publicaties. Toch zijn er nog genoeg keuzes die een samensteller van de bibliografie moet maken. Deze worden toegevoegd in een verantwoording. Julia van Marissing: “Het jaar 2019 is het Rembrandtjaar. In aanloop

“Het jaar 2019 is het Rembrandtjaar. In aanloop daarnaar verschijnen volop publicaties rond de kunstenaar. Ik heb er daarom voor gekozen om alle literatuur over Rembrandt in een apart hoofdstuk onder te brengen.”

daarnaar verschijnen volop publicaties rond de kunstenaar. Ik heb er daarom voor gekozen om alle literatuur over Rembrandt in een apart hoofdstuk onder te brengen.”

Print én online

Een ander punt dat opvalt zijn de vele online publicaties: “We leven in een digitale samenleving; die ontwikkeling zie ik ook terug binnen het kunsthistorische veld. Er zijn veel online publicaties, databases en open-access journals. Wetenschappelijke uitgeverijen

bijvoorbeeld werken veel met e-books. Ook in het museale veld veranderen de publicaties. Er worden nog steeds prachtige tentoonstellingscatalogi uitgegeven maar niet allemaal meer even uitgebreid en met een wetenschappelijk karakter, simpelweg omdat het gedrukte boek steeds kostbaarder wordt.”

“We leven in een digitale samenleving; die ontwikkeling zie ik ook terug binnen het kunsthistorische veld.”

Dromen

Na het samenstellen van de VNK-bibliografie hoopt Julia van Marissing ook in haar nieuwe woonplaats Londen opdrachten te krijgen. “Ik probeer daar nu zoveel mogelijk kunsthistorici en wetenschappers te ontmoeten om ze te laten weten dat ik beschikbaar ben voor opdrachten. Nu ik veel in Londense

bibliotheken werk, ontdek ik dat veel (Nederlandse) literatuur daar niet beschikbaar is. Ik ben gespecialiseerd in de zeventiende-eeuw en Hollandse portretkunst en kan oud schrift lezen. Ik hoop dan ook dat mijn kennis van de Nederlandse taal van grote meerwaarde kan zijn voor opdrachtgevers. Het is in ieder geval een doel om een van mijn onderzoeken te mogen publiceren en verder zijn er natuurlijk in de Londense musea prachtige oude meesters te zien. Het is wel echt een droom om mee te mogen werken aan een tentoonstellingsproject bij één van die musea.”

V

N

K

THEMA KATERN:

Het succes
van de
kunstgeschiedenis

Het succes van de kunstgeschiedenis

Onlangs maakte het Louvre bekend dat het in 2018 een record aantal van 10,2 miljoen bezoekers mocht verwelkomen, een toename van maar liefst 25% ten opzichte van 2017. Als een van de verklarende factoren noemde het museum de clip 'Apeshit' van popsterren Beyoncé en JAY-Z, die zich afspeelde tegen de achtergrond van de topstukken van het Louvre. Een daverend succes voor de kunstgeschiedenis, zou je kunnen zeggen.

Ook Nederlandse musea mogen zich verheugen in recordaantallen bezoekers. Het Rijksmuseum telde vorig jaar 2,3 miljoen bezoekers, 9% meer dan in 2017. Het Van Gogh museum, na het Rijksmuseum het best bezochte museum in Nederland, telde in 2018 2,1 miljoen bezoekers. Kunstgeschiedenis is hot. Want niet alleen trekken



Stills uit videoclip Apeshit, Beyoncé en JAY-Z

Nederlandse musea record aantallen bezoekers, er wordt ook goed gescoord met televisieprogramma's zoals *Het Geheim van de Meester* en *Krabbé zoekt Van Gogh*. Ook kunsthistorische reizen zijn ongekend populair en de zalen bij de Illustere School en de Vrije Academie zitten vol. Hoog tijd dus om het succes van de kunstgeschiedenis eens onder de loep te nemen.

Om die reden is 'Het succes van de kunstgeschiedenis' het thema van het lustrum van de VNK dit jaar. In dit feestelijke jaar vieten we ons vak en willen we laten zien waar we goed in zijn. In eerste plaats brengen we het succes van de wetenschap in kaart: wat zijn we opgeschoten ten opzichte van pak 'm beet vijftig jaar geleden? Wat weten we meer dan toen, en welke nieuwe vakgebieden hebben we ontgonnen? En ook: welke successen zien we in de (beroeps)praktijk, zoals bijvoorbeeld op het terrein van het verzamelen van kunst, het terrein van de opdrachtverlening en de kunstkritiek? Naast het wetenschappelijk succes kijken we ook naar het ongekende succes op

het gebied van publieksbereik. Niet eerder bereikte ons vak zo'n brede doelgroep: van deelnemers aan kunstreizen tot internationale toeristen en van *instagrammers* tot bijzondere doelgroepen in musea.

In dit Bulletin verkennen we verschillende kanten van het onderwerp. Naast het vieren van de successen, is er ook ruimte voor kritische reflectie. Want is het niet tegenstrijdig dat bij musea de bezoekersaantallen blijven stijgen, maar dat de aanmeldingen van nieuwe studenten kunstgeschiedenis de afgelopen jaren alleen maar zijn afgenomen? En hoe goed is de kunsthistorische wetenschap eigenlijk in staat om haar kennis en de ontwikkelingen daarin te communiceren naar een breed publiek?

Wetenschappelijk succes!

Het afgelopen decennium kende voor de kunstgeschiedenis grote wetenschappelijke successen. Wellicht het bekendste voorbeeld is Het Rembrandt Research Project dat in 2014 na 46 jaar werd afgesloten. Maar er

was ook het Bosch Research and Conservation Project dat, naar aanleiding van het 500e sterfjaar van Jeroen Bosch in 2016, de werken van de schilder eens goed onder de loep nam. Door middel van geavanceerde technieken zoals infrarood reflectografie en digitale macrofotografie konden behalve de betekenis en de conditie van de werken, nu ook de schildertechniek en atelierpraktijk van Jeroen Bosch beter bestudeerd worden. Internationaal werd het project gewaardeerd: het werd een van de winnaars van de Europese Unie Prijs voor Cultureel Erfgoed / Europa Nostra Prijs 2017, Europa's hoogste eerbetoon op het gebied van erfgoed. Een uitgekiende marketing campagne en een documentaire bij de NTR leverde bovendien een bijzonder goed bezochte tentoonstelling op voor het Noord Brabants Museum in Den Bosch (421.700 bezoekers).

Ook nieuwe onderzoeksgebieden werden ontgonnen en volop benut. Steeds vaker werken kunsthistorici samen met andere disciplines. De grote stappen die de afgelopen jaren zijn gezet

Ook nieuwe onderzoeksgebieden werden ontgonnen en volop benut. Steeds vaker werken kunsthistorici samen met andere disciplines.

op het gebied van conservatie en restauratie, leidden onder andere tot de oprichting van het NICAS (Netherlands Institute for Conservation, Art and Science), waar professionals vanuit verschillende vakgebieden samenwerken om het gedrag van materialen en historische en esthetische aspecten van objecten te bestuderen. In *Project Plastics* bijvoorbeeld werken technisch specialisten op het gebied van conservering samen met verschillende musea om de plastics die toegepast zijn in de collecties moderne en hedendaagse kunst te identificeren, te controleren en te conserveren.

Ook het vakgebied Bouwhistorie heeft zich verder geprofessionaliseerd en heeft sinds 2000

een eigen leerstoel aan de Universiteit Leiden. Bijzondere leerstoelen, gefinancierd door diverse erfgoedinstellingen en fondsen, lijken zich bovendien steeds meer te hebben verankerd in het academisch onderzoek en onderwijs. Zo is er de leerstoel *Toegepaste Kunsten en Kunstnijverheid* aan de Radboud Universiteit in Nijmegen (bekleed door Johan de Haan) die mede mogelijk is gemaakt door Ottema-Kingma Stichting. Het Rijksmuseum en de Mr. J.W. Frederiksstichting hebben de leerstoel *Kunstnijverheid en Decoratieve Kunst tot 1800* aan de Universiteit Leiden mogelijk gemaakt (bekleed door Reinier Baarsen). In Amsterdam (UvA) is Frits Scholten bijzonder hoogleraar *Geschiedenis van de Westerse beeldhouwkunst*, mede dankzij het Rijksmuseum Fonds. Hanneke Ronnes bekleedt de leerstoel *Historische Buitenplaatsen en landgoederen* die de Stichting Van der Wyck-de Kempnaer heeft ingesteld aan de Rijksuniversiteit Groningen. En Klaas Jan van den Berg is hoogleraar *Chemische aspecten van conservering en restauratie*

van cultureel erfgoed, aan de Universiteit van Amsterdam (UvA), mogelijk gemaakt door de Rijksdienst voor het Cultureel Erfgoed (RCE).

Succesvol in het buitenland

In 2015 was het thema van de Kunsthistorische Dag 'Kunsthistorici: going global'. Daarmee werd geprobeerd een antwoord te krijgen op de vraag hoe internationaal Nederlandse kunsthistorici eigenlijk zijn. En of dat misschien beter kan. Diverse collega's constateerden toen dat Nederlandse kunsthistorici het vakgebied soms te weinig vanuit een internationaal perspectief te bekijken. De neiging om naar binnen te kijken zou zelfs zijn toegenomen. Interessant is om te zien hoe het inmiddels staat met dit internationale perspectief. Zijn de Nederlandse kunsthistorici uit hun comfort zone gekropen en weten ze het internationale veld weer te vinden? De rol die Nederlandse kunsthistorici in het buitenland spelen lijkt vooralsnog beperkt te zijn. In de Power 100 van Art Review, een ranglijst van meest invloedrijke mensen

in de hedendaagse kunst, is geen Nederlander te bekennen. Toch zijn er zeker inspirerende voorbeelden van kunsthistorici met een internationale carrière. We noemen er in het kader enkele.

Publiek succes: meer followers dan ooit

Naast de wetenschappelijke doorbraken en het succes dat Nederlandse kunsthistorici hebben in het buitenland, kan succes ook gemeten worden aan het bereik dat ons vak heeft.

Veel meer dan vijftig jaar geleden het geval was, hebben we nu keuze uit meerdere en verschillende kanalen om publiek te bereiken. Waar we in de jaren zestig en zeventig gekluisterd zaten aan de radiocursus *Openbaar Kunstbezit* en de televisieprogramma's *Kunstgrepen* (met Pierre Janssen) en *Beeldenstorm* (met Henk van Os), zijn er nu behalve *Het Geheim van de Meester* en *Krabbé zoekt Van Gogh*, veel meer televisieprogramma's die ons vakgebied belichten. Zo werd Cathelijne Broers, directeur van De Hermitage en de Nieuwe Kerk

Nederlandse kunsthistorici in het buitenland:

Nanne Dekking, studeerde Kunstgeschiedenis aan de UvA, is oprichter en CEO van Artory (New York & Berlijn) en voorzitter Raad van Bestuur TEFAF

Ger Luijten, studeerde Kunstgeschiedenis in Utrecht, is nu directeur van de Fondation Custodia en de collectie Frits Lugt in Parijs. Ger is tevens redacteur van onder andere Simiolus, en Print Quarterly.

Femke Spielberg, studeerde Kunstgeschiedenis in Utrecht en is Associate Curator Drawings and Prints bij het Metropolitan Museum of Art (New York)

Peter van den Brink, studeerde Kunstgeschiedenis in Groningen. Peter is directeur van de stadsmusea in Aken en van het Suermondt-Ludwig Museum aldaar.

Paul Spies, studeerde Kunstgeschiedenis en Klassieke Archeologie in Amsterdam (UvA) is nu directeur van de vijf stadsmusea van Berlijn.

Caroline van Eck, werkte als postdoctorale research fellow aan de VU. Caroline is hoogleraar Kunstgeschiedenis aan de University of Cambridge en Director of Studies aan King's College.

Ada de Wit, promovendus aan de Radboud Universiteit in Nijmegen,

nu Assistent Curator bij de Wallace Collection (Londen).

Elsje van Kessel, is Senior Lecturer aan de University of St. Andrews. Ze studeerde kunstgeschiedenis in Groningen en promoveerde in Leiden. Genomineerd voor de Karel van Manderprijs 2018.

Cynthia Osiecki, Curator Old Masters bij het Nasjonalmuseet in Oslo. Studeerde kunstgeschiedenis aan de Radboud Universiteit en Vrije Universiteit en werkt aan een proefschrift aan de Universität Greifswald.

Marije Osnabrugge, is Postdoctoral Research Fellow at Université de Genève. Ze studeerde Kunstgeschiedenis aan Universiteit Utrecht en promoveerde aan de UvA. Ze werkte daarvoor aan de Université Paul Valéry - Montpellier III.

Esmée Quodbach, is Assistant Director bij het Center for the History of Collecting at The Frick Collection. Ze studeerde kunstgeschiedenis in Utrecht en woont al meer dan 20 jaar in de VS.

Reino Liefkes is Head of Ceramics & Glass bij het Victoria and Albert Museum (Londen). Reino studeerde Kunstgeschiedenis aan de Universiteit Leiden. Tevens is hij voorzitter van de ICOM International Glass Committee.

Daniëlle Kisluk-Grosheide is 'Henry R. Kravis Curator' bij het Metropolitan Museum (New York). Ze studeerde aan de VU (Amsterdam) en de Universiteit Leiden.

te Amsterdam, een jaar lang gevolgd. In de vierdelige documentaire die daarvan werd gemaakt, was te zien hoe zij werkte aan het organiseren van de tentoonstelling *Hollandse Meesters*. In *Kunstraadsels* ging Frans Grijzenhout, hoogleraar kunstgeschiedenis aan de UvA, op zoek naar de antwoorden bij vraagstukken van Hollandse meesterwerken uit de Gouden Eeuw. Een van de raadsels die hij voor dit programma oploste, was de locatie van het straatje van Vermeer. Maar niet altijd zijn het kunsthistorici die een rol in dergelijke tv-programma's weten te bemachtigen. Het *Geheim van de Meester* wordt niet gepresenteerd door een kunsthistoricus, net als *Man en Kunst*, waarin acteur en regisseur Lucas de Man verhalen achter iconische kunstwerken uit de vaste collectie van Nederlandse musea belicht.

Een ander mooi voorbeeld van het toegankelijk maken van de wetenschap voor een breed publiek is het Mondriaan Editieproject. Dit initiatief van het RKD en het Huygens ING streeft er naar alle

correspondentie en theoretische geschriften van Piet Mondriaan online, geannoteerd en geïllustreerd, te publiceren. De collectie van het Rijksmuseum is eveneens online te raadplegen. In de *Rijksstudio* zijn de werken in hoge resolutie en met de meest up-to-date kennis voor iedereen beschikbaar. Ook de brieven die Vincent van Gogh schreef en alle kennis die we daarover hebben, zijn online te raadplegen en te beluisteren als podcast.

Ons vak weet behalve een breed publiek ook een steeds inclusiever publiek te bereiken. Er wordt een positieve inhaalslag gemaakt om de drempels te slechten waar mensen met een (fysieke) beperking tegen aan lopen wanneer zij kunsthistorische kennis tot zich willen nemen. Zo worden musea beter toegankelijk gemaakt voor doven en slechthorenden en worden er speciale programma's ontwikkeld voor bezoekers met autisme en alzheimer. Het Rijksmuseum heeft er zelfs een coördinator Inclusiviteit voor in dienst. Talloze initiatieven om culturele instellingen voor iedereen toegankelijk en interessant te

maken worden gedeeld op platform *STUDIO i*.

Is het de verslechterde arbeidsmarkt, het grotere aanbod aan studies, of kampt de studie met een structureel imagoprobleem?

Ook in andere online media doet kunstgeschiedenis het goed: Instagramaccounts, zoals die van *De Kunstmeisjes* (20.000 volgers,) *My Daily Shot of Culture* (2.400 volgers) en *Avant Arte* (1,3 mln volgers) schieten als paddenstoelen uit de grond. Ook wordt via *influencers* een nieuw publiek aangeboord. Zij geven hun eigentijdse visie op de beeldende kunst en bereiken hiermee een vaak jong publiek dat anders niet of nauwelijks met kunstgeschiedenis in aanraking komt. Hierbij kun je je overigens afvragen of en in hoeverre

de kunstkritiek wordt uitgehouden als iedereen online kunstcriticus is. Het aantal kunstrecensies in tijdschriften en dagbladen neemt al jaren gestaag af. Bij de presentatie van *Kunstkritiek in Nederland 1885-2015* enkele jaren geleden werden kritische kanttekeningen geplaatst bij de vele online 'meningen' over tentoonstellingen. Want blijft er in deze meningen naast enthousiasmeren nog plaats voor een doorwrocht en kritisch (kunsthistorisch) oordeel?

Het belang van ons vak

En er zijn meer zorgen. Het aantal studenten kunstgeschiedenis loopt gestaag terug. De landelijke instroom voor de bachelor opleiding is in de afgelopen acht jaar met ongeveer 30% gedaald (2019: 248 eerstejaars ten opzichte van 359 in 2011. Bron: Centrum Hoger Onderwijs Informatie). Is het de verslechterde arbeidsmarkt, het grotere aanbod aan studies, of kampt de studie met een structureel imagoprobleem? Want hoewel de successen van de kunstgeschiedenis talrijk zijn, lijkt het ons als kunsthistorici lang niet altijd te lukken

het belang van ons vakgebied voor het voetlicht te brengen.

Kunstgeschiedenis biedt perspectieven die onmisbaar zijn in het dagelijks leven. Een kunsthistorische blik kan frisse inzichten bieden en maatschappelijke discussies verrijken. De maatschappelijke impact van het kunsthistorisch onderzoek kan daarmee ook groot zijn. Een van de meest recente voorbeelden is te zien in de discussie rond de herkomst van zwarte piet, waar ook kunsthistorici zich in mengden. Zo zijn er talloze voorbeelden te bedenken. De kunstgeschiedenis is een bepalende factor in de geschiedschrijving en heeft grote invloed op (re)presentatie. Denk maar aan de traditionele verdeling tussen het westen en 'de rest'. Sociale, politieke en economische ontwikkelingen op het wereldtoneel zijn zichtbaar in de kunstgeschiedenis.

Uiteraard is ons vak economisch gezien van groot belang. Museale blockbusters zorgen voor extra banen en omzet bij lokale middenstand. Maar kunstgeschiedenis heeft ook een hoge

Kunstgeschiedenis biedt perspectieven die onmisbaar zijn in het dagelijks leven. Een kunsthistorische blik kan frisse inzichten bieden en maatschappelijke discussies verrijken.

toegevoegde waarde op een breder maatschappelijk terrein. In een samenleving die gekenmerkt wordt door een hoge mate van visuele verzadiging, zijn de vaardigheden van een kunsthistoricus uitermate relevant. De kunsthistoricus is immers bij uitstek toegerust om het belang en de culturele context van beeldmateriaal te kunnen beoordelen. Waar technologie en digitalisering bovendien een steeds grotere invloed hebben op het dagelijks leven, is het maatschappelijk belang van de geesteswetenschappen en dus ook van de kunstgeschiedenis zeker niet afgenomen. Juist disciplines als de kunstgeschiedenis kunnen morele en ethische houvast en begrenzing bieden aan de

groei van technologische toepassingen. Het bestuderen van kunst en haar geschiedenis dwingt immers tot een multidisciplinaire benadering, een benadering waarbij je oog moet hebben voor diverse invalshoeken. In een tijd waarin bijvoorbeeld kunstmatige intelligentie het menselijke besluitvormingsproces kan vervangen, is ook dit een onmisbare vaardigheid geworden.

Kunsthistorici zouden zich dan ook veel vaker dan nu het geval is, kunnen mengen in het maatschappelijk debat. Want het is hoog tijd om ook vanuit de kunstgeschiedenis onze maatschappelijke rol prominenter naar voren te brengen, en zo het draagvlak voor ons vak te vergroten en de toekomst van ons vak veilig te stellen. 'Laat je horen tegen de degradatie van de geesteswetenschappen als sluitpost op de begroting', zoals hoogleraar scheikunde Marleen Kamperman in haar column in de Volkskrant schreef naar aanleiding van het mogelijk overhevelen van 150 miljoen euro van de geesteswetenschappen naar technische universiteiten.

Programma lustrumviering

Bovenstaande en talloze andere aspecten gaan we in dit lustrumjaar bespreken en onderzoeken onder de noemer 'Het succes van de kunstgeschiedenis'. Dit doen we onder andere tijdens het lustrumsymposium van 11 oktober. In opmaat naar dit symposium zijn er in de maand september lezingen door het hele land waarin aspecten van het lustrumthema worden verkend en onderzocht. Een eerste verkenning van het thema is te lezen in dit en in de volgende bulletins. Uiteraard houden we u via onze nieuwsbrief, website en social media op de hoogte van het programma.

Wilt u daarnaast bijdragen aan deze discussie? Reageer dan via secretariaat@kunsthistorici.nl. Wij kijken er naar uit het lustrum, maar bovenal de kunstgeschiedenis met elkaar te vieren.

De lustrumcommissie:
 Marion van der Marel
 Epcó Runia
 Eline Levering
 Bram Donders
 Gaila Jehoel
 Liesbeth Mulder

Over de illustrator Anna June

Anna June (1994) is illustrator en woont en werkt in Leiden. Tekenen is altijd al in haar leven geweest en niet meer weg te denken. In 2017 is ze afgestudeerd aan de HKU en heeft ze kunstenaarscollectief ROEM opgericht. Een initiatief om jonge creatieven in Leiden een stabiel platform te bieden om zichzelf te kunnen ontwikkelen tot professioneel maker. ROEM staat voor Ruimte Om Echt te Maken. Samen met deze groep jonge makers werkt ze in een atelier waar alles kan en alles mag.

Ze gaat de uitdaging aan om anderen te enthousiasmeren voor onderwerpen die in eerste instantie sullig, saai of eng lijken. Ze is het liefst op pad, voert gesprekken met vreemden of doet sociale experimenten. Alles is een onderzoek om het herkenbare menselijke te vinden. Met haar beelden vertelt ze over de gevonden verhalen of schetst ze situaties die haar intrigeren. In haar illustraties vervagen de grenzen tussen fictie en realiteit. Dingen die niet kunnen worden enigszins realistisch weergegeven of worden volledig naar de werkelijke wereld getrokken. Tekst en beeld vullen elkaar aan, vaak in zwart en wit.

“Ik hou ervan om gesprekken aan te gaan met mensen die ik niet ken, over onderwerpen waar ik niks van weet en te komen op plekken waar ik nooit kom.”

Bekijk meer van haar werk op www.anna-june.com of bezoek de website van www.roemleiden.com

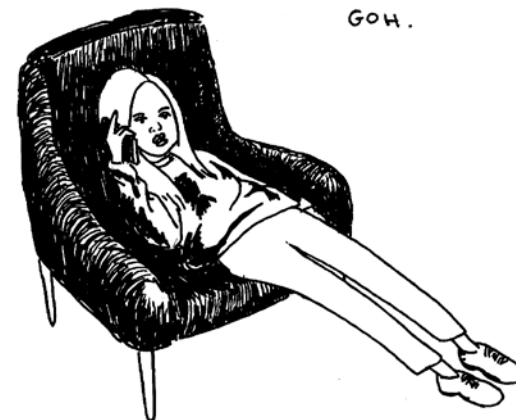


ZE WAREN NIET GESTOOT MET ZAKEN



EEN MAAND LEVEN
BIJ EEN INHEEMSE
STAM?

GOW.



Toegankelijk taalgebruik als middel, kennis als troef

Interview met De Kunstmeisjes

Door Bram Donders

Mirjam Kooiman (1990), Nathalie Macieszka (1989) en Renee Schuiten-Kniepstra (1989) zijn alle drie kunsthistorici, alumni van de Universiteit van Amsterdam. Kooiman is curator bij Foam, Macieszka verzorgt de PR voor Museum Het Rembrandthuis en werkt bij Collectie Six, Schuiten-Kniepstra is Creative Manager bij het Lloyd Hotel. In 2016 hebben ze de blog De Kunstmeisjes (www.kunstmeisjes.com) opgericht, waar ze samen met hun redacteurs recensies over tijdelijke tentoonstellingen schrijven. Ze zijn momenteel ook bezig met hun eerste boek, *De Kunstmeisjes*, dat in augustus zal worden uitgebracht door Uitgeverij Meulenhoff. Hoe verklaren zij het succes van hun blog? En wat typeert hun werkwijze? Een interview over 'likeability', nieuwe doelgroepen en verdieping.

Het thema van het lustrum van de VNK is 'het succes van de kunstgeschiedenis'. Kunstgeschiedenis is overal. Musea zijn populair, er zijn ontelbare blogs/instagram-profielen, mensen maken kunsthistorische reizen, volgen cursussen en ook op televisie kom je er niet onderuit. Hoe zien jullie dit succes?

Het lijkt hipper dan ooit om je te interesseren voor kunst. Wij vinden deze ontwikkeling natuurlijk geweldig, maar ook terecht: kunst verbindt zoals maar weinig dingen dat kunnen. Kunst vertelt zoveel verhalen, biedt zoveel perspectieven en alles in een universele taal. Juist in tijden van globalisering en visueel massaconsumptisme door sociale



De Kunstmeisjes (v.l.n.r. Mirjam, Nathalie, Renee) © Jitske Schols Photography

media is het vinden van verstillig en verbinding essentieel. Veel mensen denken dat je gestudeerd moet hebben om kunst te begrijpen, maar ook zonder alle Bijbelverhalen of conceptuele ideeën achter kunst te kennen, voelt iedereen iets bij het zien van een kunstwerk. Dat is die universele taal. Hoe meer je je verdiept, des te meer betekenislagen tevoorschijn komen. Zo kun je eindeloos doorgaan; wij zijn nog lang niet uitgekeken en uitverteld.

Jullie schrijven wekelijks recensies over tentoonstellingen in Nederlandse musea en galleries. Welk publiek trekken jullie hiermee? En hoe zorgen jullie ervoor dat het publiek blijft?

Een verrassend brede groep mensen volgt ons. Ongeveer de helft van onze lezers is 25 tot 40 jaar. Toen we de website begonnen wilden we in eerste instantie op een toegankelijke manier over kunst schrijven om een jongere generatie - onze generatie - te interesseren voor kunst. Wij halen zoveel plezier uit kunstbezoeken; we wilden dit vermenigvuldigen. Maar toen we eenmaal

“Ook zonder alle Bijbelverhalen of conceptuele ideeën achter kunst te kennen, voelt iedereen iets bij het zien van een kunstwerk.”

waren begonnen, bleek dat we niet alleen onze ‘vrienden’ mee hadden, maar ook hun moeders, vriendjes, ooms, en grootouders. Wij binden onze lezers door het consequente concept: minimaal zes artikelen per maand, altijd inhoudelijk, uitgebreid en prikkelend.

Jullie zijn alle drie kunsthistorici en willen graag toegankelijk zijn. Is het een uitdaging om toch de essentie van een tentoonstelling/kunstwerk te vangen zonder te gecompliceerd te zijn?

Met complexe teksten zijn wij al sinds onze studie bekend. Maar als we voor een werkgroep een artikel lezen, moesten we er soms een handdoek bij pakken om het inspanningszweet van onze

voorhoofden te deppen. Dat waren wetenschappelijke stukken, bedoeld voor vakgenoten. Wij willen dat iedereen - ook mensen die denken dat kunst niets voor hen is - onze stukken leuk vinden om te lezen. We hebben het geluk dat we met z’n drietjes zijn, en inmiddels ook een redactie hebben. We lezen elkaars stukken kritisch, zetten overal vraagtekens bij: waarom is dit zo, wie is dit precies, waarom ga je er vanuit dat mensen deze stroming kennen? Het is soms inderdaad moeilijk om ‘makkelijk’ te schrijven, maar we houden elkaar scherp.

Kunsthandelaren, musea en veilinghuizen maken veel gebruik van sociale media. Hoe kijken jullie naar deze ontwikkeling om een breder publiek aan te spreken? En wie is hierin succesvol?

Weinig musea, kunsthandels, galleries en veilinghuizen zetten sociale media goed in. Neem de afbeeldingen die ze gebruiken. Stel: je wilt een lezing aanprijzen, gebruik dan vooral niet het gezicht van de - voor velen waarschijnlijk volledig onbekende - spreker. Op sociale media gaat het in

eerste instantie om herkenbaarheid en *likeability*, aangevuld met een prikkelend, vaak anekdotisch stukje tekst. Wat wel werkt: mensen een voorproefje geven van wat ze later in het museum te zien krijgen en daar met weinig woorden een leuk verhaal bij vertellen. Het Rijksmuseum, Van Gogh Museum en het Teylers Museum zijn een paar voorbeelden van musea die dit snappen. Sociale media-kanalen kunnen geweldig werken: je bereikt waanzinnig veel mensen van over de hele wereld, het is interactief en gratis.

Jullie gaan een boek uitbrengen in papiervorm, waarom kiezen jullie voor dit traditionele medium, tegenover het snelle van Instagram en Facebook?

Voor ons is het niet het één of het ander - we doen het allemaal. Wij willen graag verhalen vertellen over kunst, een breed publiek enthousiasmeren om van museum- en galeriebezoeken een aangename gewoonte te maken. Op onze blog schrijven we onze GO | NO GO's over tijdelijke tentoonstellingen, onze sociale mediakanalen zijn daar weer

een uithangbord voor. Maar van zulke stukken maak je geen boek - eer je dat af hebt, is de tentoonstelling alweer afgelopen. In ons boek gaan we daarom kunstwerken uitlichten die permanent te zien zijn; voor ons een heel nieuw avontuur. Stiekem was het altijd al een kleine Kunstmeisjesdroom om een boek te schrijven; wie schrijft, die blijft.

Er is veel concurrentie van andere bloggers/influencers, hoe onderscheiden jullie je hierin?

Wij zijn alle drie kunsthistorici, net als het overgrote deel van onze redactie. Bovendien is iedereen die voor onze blog schrijft nauw verbonden aan de kunstwereld. We vertellen over tentoonstellingen als het ware van binnenuit en slaan hiermee een brug tussen de kunstwereld en het brede publiek. Ons middel is ons toegankelijke taalgebruik, maar onze kennis is onze troef.

Musea als Moco en Voorlinden zijn ontzettend populair onder jongere generaties en social-media staat er vol van. Wat is het

succes hierachter en hoe kunnen andere musea hiervan leren?

Sociale media draaien groten-deels om het uitdragen van je identiteit. Gebruikers - veelal jongeren - zoeken er naar rolmodellen. De populariteit van deze musea op sociale media laat zien dat het tegenwoordig cool is om je te identificeren met kunst. Met al die museumsselfies laten mensen zien: ik behoor tot de elite. Dat beïnvloedt anderen weer om hetzelfde te doen, vandaar de term *influencers*. Maar op sociale media gelden regels: iets moet lekker op de foto kunnen. Dat snappen musea als Voorlinden en Moco, maar ook de Museumpleinmusea, goed. Er worden *empty meets* in al deze musea georganiseerd, waarbij *influencers*, bloggers en vloggers de kans krijgen om buiten openingstijden mooie plaatjes te schieten, er worden samenwerkingen gezocht met (veelal jonge) mensen uit verschillende disciplines om het bereik te verbreden, en er wordt scherper dan eerst nagedacht over hoe een expositie niet alleen inhoudelijk, maar ook visueel prikkelend kan zijn.

Wat zijn de nadelen van sociale media met betrekking tot verdieping?

Er wordt af en toe geroepen - recentelijk ook vanuit de museale wereld - dat sociale media te veel invloed zouden krijgen op de keuzes die worden gemaakt wat exposities betreft. Dat de *Instagrammability* van een expositie te belangrijk wordt gemaakt. Sommige musea kiezen inderdaad voor een visuele identiteit en laten het educatieve of verdiepende karakter achterwege, zoals bijvoorbeeld Moco Museum. Maar dat betekent niet dat andere musea dat opeens ook moeten doen. Niet elke bezoeker wil alleen mooie selfies maken, er zijn echt nog meer dan genoeg mensen die oprecht geïnteresseerd zijn in verdieping. Wij merken dat zelf aan de hoeveelheid bezoekers van onze inhoudelijke blogs. We denken ook niet dat online volgers van musea gillend van teleurstelling een expositie uit zullen rennen, omdat ze hadden verwacht dat een museum een 1-op-1 weergave is van een Instagram *feed*. Mensen snappen heus wel dat een museumcollectie niet enkel bestaat

uit een oneindige stroom *Infinity Rooms* van Kusama of adembenemend blauwe werken van Yves Klein. Sociale media zijn een lokkertje, een *sneak peek* van de tentoonstelling of collectie. Je zegt er als museum mee: 'Dit zijn enkele kunstwerken die we tonen, kom vooral langs om de rest te zien en de verhalen te lezen'. Hiervoor kies je de meest fotogenieke plaatjes, net als voor een tentoonstellingsposter.

Facebook wordt al minder populair onder jongeren. Is er een opkomend medium die belangrijk zal worden ook met betrekking tot de kunstgeschiedenis?

Instagram is *the place to be*. Dat is echter inmiddels ook weer overgenomen door Facebook en slibt langzaam dicht met gesponsorde berichten en andere reclame. Dat wekt irritatie op bij gebruikers. YouTube-video's en podcasts doen het ook goed - sociale media die je passief kunt gebruiken tijdens het tandenpoetsen, strijken of fietsen.

Column De weg naar succes

Door Luuk Hoogewerf

Vol trots vertel ik bij iedere kringverjaardag weer dat ik kunstgeschiedenis studeer aan de Universiteit van Amsterdam en stevast krijg ik de vraag terug: 'Wat kan je daar mee worden?' Eerlijk gezegd wist ik het antwoord in eerste instantie ook niet. Ik ging kunstgeschiedenis studeren omdat ik tijdens mijn tussenjaar een bijzondere interesse ontwikkelde voor moderne kunst en de daaraan gerelateerde markt. Tijdens de eerste twee jaar van mijn bachelor handelde ik een beetje in kunst. Het stelde niet veel voor, maar ik ontwikkelde wel een bepaalde feeling. Tijdens mijn derde jaar kwam ik bij toeval terecht in het Stedelijk Museum Amsterdam. Als stagiair van de conservator heb ik daar geholpen met de tentoonstelling *Seth Siegelaub: Beyond Conceptual Art*. Er ging een wereld voor mij open. Ik wist wat ik wilde worden!

Hoe word ik conservator? In 2016 startte ik met de master Museumconservator. Ik was een jaar lang conservator in opleiding bij Museum Boijmans van Beuningen en curator van de KPN Telecom Art Collection in Rotterdam. In het Boijmans kreeg ik volledige vrijheid. Het museum toonde een bijzondere editie van de *Almanak Der Blaue Reiter* (1912) die werd gepresenteerd vanuit zijn herkomstgeschiedenis. Ik ging op theatrale wijze in op de revolutionaire kunstopvattingen van de Duits expressionistische kunstenaarsgroep Der Blaue Reiter. Ik kreeg de gelegenheid te experimenteren en combineerde fotografie, schilderkunst, design, muziek en grafische vormgeving.

Nu ik bijna afstudeer heb ik een enorme drang om mezelf te bewijzen. Maar het is haast onmogelijk om een passende functie te vinden. Binnen musea lijken afdelingen als development, communicatie en educatie door te blijven groeien, terwijl deze groei niet overslaat naar de afdeling van de conservatoren. Zij lijken steeds vaker in dienst te staan van deze almaar groeiende afdelingen. Met het toenemende aantal museumbezoekers en het groeiende aantal tentoonstellingen, neemt de druk op de conservatoren verder toe. De conservator kan het niet meer alleen af, maar functies als junior conservator blijven bij veel Nederlandse musea uit. Door de toenemende druk komt de kwaliteit van veel tentoonstellingen in het geding. De mogelijkheid als conservator enkele jaren onderzoek te

doen ter voorbereiding aan een grote tentoonstelling, komt zelden meer voor. Er moet geproduceerd worden.

Als ik later groot ben wil ik het liefst conservator worden van één van de grote museumcollecties die Nederland rijk is, en dan zou ik mij willen focussen op de vaste collectiepresentatie. Deze presentaties zijn door gebrek aan tijd vaak levenloos. Wissels vinden uitsluitend plaats wanneer het noodzakelijk is. Kan dat niet anders? Naar mijn idee kan de vaste collectiepresentatie vergeleken worden met het tentoonstellingsprogramma. Je moet een bestseller publiceren om een poëziealbum te kunnen financieren, de gecanoniseerde grote namen als Barnett Newman en Willem de Kooning trekken het grote publiek en daarnaast zijn er de minder bekende, gemarginaliseerde of ondergewaardeerde kunstenaars (vrouwelijke kunstenaars, kunstenaars uit Latijns-Amerika, enzovoort) die je doen verbazen.

Hoe onderscheid ik mij van iedereen die zich tegenwoordig curator noemt? Je hoeft geen kunstgeschiedenis meer te hebben gestudeerd om curator te zijn. Steeds vaker worden 'bekende' mensen gevraagd om een tentoonstelling samen te stellen. Gelukkig zijn deze samenwerkingen tussen kunstinstituten en popsteren altijd van tijdelijk aard en zullen er altijd mensen nodig zijn met wetenschappelijke kunsthistorische kennis over de museumcollectie. Met die kennis zit het wel goed, maar als westerse blanke man lijk ik 2-0 achter te staan. Wat opvalt bij kleinere instituten is de onuitputtelijke

drang naar curatoren uit het buitenland. Terwijl het juist de Nederlandse curatoren in het buitenland zijn die het bijzonder goed doen. Wat hebben die buitenlandse curatoren wat ik niet heb? Moet ik naar het buitenland?

Door de portretfotograaf Koos Breukel werd ik eens als een jonge Rudi Fuchs bestempeld. Ik nam het maar als een compliment. Het waren andere tijden maar één ding dat Fuchs heel goed doet, is schrijven. Door te schrijven kan ook ik mezelf profileren en onderscheiden. Ter inspiratie bezoek ik wekelijks musea, galleries en kunstenaars in binnen- en buitenland. Het bezoeken van tentoonstellingen beschouw ik als fundamenteel onderdeel van mijn werk. Een getraind oog ziet meer en als je meer ziet kan je vergelijken, oordelen. Hoe meer ik bezoek, hoe vaker ik bij mezelf denk: dit kan ik ook, of dit kan ik beter. Hoe ga ik dan toch aan een baan komen? En: mag ik mezelf nu eigenlijk wel al als curator profileren? Ik heb de juiste opleidingen genoten en ik heb zelfs ook een aantal tentoonstellingen gemaakt. Echter ben ik ben altijd een beetje sceptisch als iemand zegt: 'ik ben curator'. Maar eigenlijk doe ik zelf niets anders, het staat op mijn LinkedIn-profiel en zelfs op mijn Instagram. Onbewust beschrijf ik mezelf dan ook steeds vaker als kunsthistoricus, het suggereert namelijk een bepaald wetenschappelijk niveau. En hoewel het moeilijk, zo niet onmogelijk, lijkt om mijn droombaan te vinden zal ik moeten vertrouwen op mijn bekwaamheid en optimistisch blijven.

Samen bereik je meer!

Interview met Paul van den Biesen

Door Gaila Jehoel

Paul van den Biesen (1983) is hoofd mecenaat bij de Vereniging Rembrandt. Hij studeerde kunstgeschiedenis in Leiden en Amsterdam.

Kun je eerst iets vertellen over je carrière in de kunstwereld?

Na mijn studie kreeg ik mijn eerste baan op de afdeling Decorative Arts bij veilinghuis Sotheby's, waar ik al tijdens mijn studie een bijbaantje had. Daar leerde ik het beschrijven en taxeren van o.a. sculpturen, meubels, zilver, klokken en die breedte vond ik ontzettend interessant. Na de financiële crisis stopte Sotheby's met deze veilingen en ben ik, samen met Annelien Kers, *ONGEKEND Young Masters @ Auction* gestart in 2009. Pas afgestudeerde kunstenaars waren toen nog te jong voor galleries, maar wij zagen ateliers gevuld met prachtige kunstwerken. Na succesvolle veilingen in Amsterdam en Rotterdam belde Sotheby's of ik mee wilde helpen aan de Rijksacademie

benefietveiling. Vervolgens bleef ik daar werkzaam op de afdeling *Modern & Contemporary Art* tot Sotheby's helemaal stopte met het veilen in Nederland. Gelukkig kon ik direct bij Christie's aan de slag en toen die na twee jaar ook stopte in Amsterdam ben ik in 2013 naar het hoofdkantoor in Londen overgeplaatst om daar het format voor het veilen van adellijke collecties voort te zetten.

Hoe ben je bij de Vereniging Rembrandt terecht gekomen?

Na vier jaar Londen was ik even klaar met de commerciële kunstwereld en heb ik het roer omgegooid naar de non-profit sector. Wel binnen de kunstwereld uiteraard. In 2011 ben ik samen met Claudine de With de *Caius Cirkel* gestart, de jongerencirkel bij de



Paul van den Biesen bij *Vaas met bloemen in een stenen nis* (1615) door Roelant Savery, aangekocht met steun van Vereniging Rembrandt door het Mauritshuis in 2016.

Vereniging Rembrandt, om meer leeftijdgenoten bij het openbaar kunstbezit te betrekken. Inmiddels bestaat deze cirkel uit 90 leden, vanaf 25 tot een jaar of 40, die jaarlijks een schenking doen en deze samen toewijzen aan één van de gesteunde musea-le aankopen door de Vereniging. Als dank voor de bijdrage vindt een diner plaats in het museum waarvoor de aankoop bestemd is. Bijvoorbeeld op kas-teel Duivenvoorde, waar we een

Schelfhout hebben helpen aankopen. Op die manier kende ik de Vereniging al en raakten wij in gesprek over de nieuwe functie van Hoofd Mecenaat.

Je bent daar in 2017 gestart als Hoofd Mecenaat, hoe geef je die functie vorm?

Jaarlijks ontvangt de Vereniging ruim € 2 miljoen aan giften van haar 15.500 leden om musea door heel Nederland te helpen bij het aankopen van kunstwerken.



Jonge Rembrandtleden met *The Tomb of the Unknown Craftsman* (2016) door Grayson Perry, aangekocht met steun van Vereniging Rembrandt door het Bonnefantenmuseum in 2016.

Ik moet er voor zorgen dat deze giften blijven binnenkomen en dat er ook nieuwe bijkomen. Ook vind ik het nog steeds belangrijk dat jongeren betrokken worden. Voor deze groep organiseren we tours en *art talks*. Tijdens de *art talks* duik je 2 x 15 minuten de diepte van een kunstwerk in. Soms met iemand uit de veilingwereld, soms met een conservator of directeur van het museum en soms met een van de jongeren zelf. Op die manier proberen

we juist ook die jongeren naar de vaste collectie te laten kijken. Ook ben ik afgelopen jaar de *Rembrandt UK Circle* gestart om Nederlanders in Londen bij te laten dragen aan de Collectie Nederland. Die bestaat nu uit 32 kunstliefhebbers. Naast de bijdragen van leden zijn er ook andere inkomsten, zoals uit nalatenschappen en andere fondsen, waardoor de Vereniging jaarlijks voor ongeveer € 5 miljoen kan bijdragen aan museale

aankopen, restauraties en kunsthistorische onderzoeken.

De Vereniging Rembrandt lijkt succesvol in het verbinden van particulier geld aan museale aankopen. Klopt het dat de vereniging zichtbaarder is dan een paar jaar terug?

Dat is zeker zo! We groeien inderdaad en dat geeft ook meer kansen om naar buiten te treden. Het bestuur van de vereniging Rembrandt vindt het belangrijk dat er meer aan belangenbehartiging wordt gedaan. Juist als fonds dat niet afhankelijk is van de overheid vinden we dat we, vanuit de particulieren, het tegenwoord moeten bieden. Ook vanwege de grote culturele bezuinigingen van een paar jaar geleden is de vereniging Rembrandt meer de rol op zich gaan nemen van beschermer van cultuurbesit. Ook als organisatie groeien we en dat was ook noodzakelijk vanwege onze tentoonstelling *Als kunst je lief is* (september – februari 2019) in het Kröller Müller Museum ter gelegenheid van ons 135-jarige bestaan. Maar liefst 80 gesteunde aanwinsten

“We moeten er samen voor zorgen dat de verhalen uit het verleden, aangevuld met die van ons in het heden, nog beter worden doorgegeven aan de volgende generaties.”

uit 40 verschillende musea werden daar bijeengebracht. Op deze jubileumtentoonstelling was prachtig te zien hoe divers Nederland de afgelopen 10 jaar heeft verzameld (van een Egyptisch beeld tot een schilderij van Neo Rauch uit 2016) en dat het ook van belang is dat musea blijven investeren in hun vaste collecties. Dit niet alleen vanuit een kunsthistorisch oogpunt, maar vooral ook vanuit maatschappelijk belang: we moeten er samen voor zorgen dat de verhalen uit het verleden, aangevuld met die van ons in het heden, nog beter worden doorgegeven aan de volgende generaties

Welke rol neemt de Vereniging Rembrandt nog meer op zich?

De bestuursleden van de Vereniging Rembrandt beoordelen niet alleen of een aanvraag van belang is voor de Collectie Nederland, maar vinden het ook belangrijk dat ons gemeenschappelijk kunstbezit wordt beschermd en dat kunsthistorische kennis aan de volgende generaties wordt overgedragen. Een onderdeel van aandacht is bijvoorbeeld de opleiding kunstgeschiedenis: het aantal leerstoelen is sterk afgenomen en belangrijke specialisaties worden na het vertrek van een professor — zoals ook bij mijn professor C.W. Fock aan de Universiteit Leiden gebeurde — niet (voldoende) voortgezet. Door bezuinigingen worden vakken samengevoegd. Terwijl in Boston (VS), mede door een belangrijke bijdrage van de familie De Mol van Otterlo, een nieuwe impuls wordt gegeven aan de studie naar zeventiende-eeuwse Nederlandse schilderkunst, laten wij hier kennis verloren gaan. Die impuls in Boston is een prachtig particulier initiatief, maar wij mogen in Nederland

toch niet achter blijven?

Daarnaast merken we dat er voor jonge kunsthistorici steeds minder kansen liggen bij musea. Door stafbezuinigingen blijven ouderen langer zitten, maar die kennis moet op een gegeven moment wel worden overgedragen. Stel je voor dat we al die prachtige kunst helpen aankopen en straks niemand meer over het belang van die kunst kan vertellen! Daarom is de Vereniging Rembrandt onderzoeksbeurzen gestart zodat jonge kunsthistorici werkervaring kunnen opdoen. Het is prachtig dat Nederlandse particulieren bereid zijn om deze kansen te financieren.

Hoe denk je dat de VNK kan bijdragen aan een groter succes van de kunstgeschiedenis?

Ik heb begrepen dat de Kunsthistorische Dag 2018 van de VNK in het teken stond van de kunsthistorische opleidingen. Een belangrijk punt! Graag zouden we met de VNK in gesprek gaan over de toekomst van de opleiding kunstgeschiedenis en de kansen voor startende kunsthistorici. Ik ben ervan overtuigd

dat als er meer wordt samengewerkt (uiteraard ook met universiteiten en andere belanghebbenden), de kans van slagen groter is om hier wat aan te doen. Net als bij het gezamenlijk aankopen van een Vermeer of een De Kooning voor Nederland: samen bereik je meer!

www.verenigingrembrandt.nl



Jonge Rembrandtleden met *Ultimate Painting No. 39* (1960-66) door Ad Reinhardt, aangekocht met steun van Vereniging Rembrandt door het Kröller-Müller Museum in 2010.



Stef Collignon en Peter van Duinen

Kunstgeschiedenis: big business!

Door Epco Runia

Met kunstgeschiedenis valt geen droog brood te verdienen. Dat is wat velen van ons maar al te vaak te horen krijgen. Maar klopt het wel? Is het echt onmogelijk om je kunsthistorische kennis te gelde te maken in een succesvolle onderneming? De Vrije Academie heeft bewezen dat het kan. Deze onderneming organiseert al bijna dertig jaar in het hele land cursussen, lezingen en excursies over kunstgeschiedenis en heeft op die manier tienduizenden mensen in aanraking gebracht met ons vak. De Vrije Academie levert werk en inkomen aan tientallen freelance docenten en nog eens twaalf bureaumedewerkers, inclusief een directeur. En dat allemaal zonder subsidie. Onlangs is de Vrije Academie onderdeel geworden van Amerborgh, een investeringsbedrijf die op diverse terreinen actief is, niet alleen in de kunst en cultuur. Als zij brood zien in een kunsthistorische onderneming, moet er wel geld mee te verdienen zijn, zou je zeggen.

Amerborgh is opgericht door de Amsterdamse ondernemer Alex Mulder, die in 2006 zijn uitzendbureau USG People verkocht. Amerborgh is inmiddels een verzameling van heel diverse bedrijven die actief zijn op het gebied van bijvoorbeeld vastgoed, software applicaties (HR en banking), hotels, maar ook in de kunst- en cultuursector. De cultuurdienst van het bedrijf, Amerart, bestaat onder andere

uit Amerpodia (de Amsterdamse 'cultuurhuizen' Rode Hoed, De Nieuwe Liefde, Compagnietheater en Felix Meritis) en het evenementenproducent Luster (van het Haagse Festival Classique in Den Haag). Deze divisie is bovendien producent van de musical Soldaat van Oranje met inmiddels meer dan 3 miljoen bezoekers. Wat al deze onderdelen gemeenschappelijk hebben? Volgens Stef Collignon, de leider van Amerart,

is dat: ‘fris ondernemerschap en passie voor de inhoud’. Die passie voor de inhoud is cruciaal, zo blijkt ook uit een favoriete uitspraak van oprichter Mulder: ‘een pond veren vliegt niet als er geen vogel in zit.’

Waarom is een partij als Amerborgh geïnteresseerd in de Vrije Academie? Allereerst zullen dat de cijfers zijn geweest. De Vrije Academie, organiseert jaarlijks 7.000 events op 50 plaatsen verspreid over het hele land. Ongeveer 19.000 klanten zijn per jaar goed voor circa 40.000 boekingen. Of, zoals de Vrije Academie bij monde van directeur en oprichter Peter van Duinen het zelf zegt: ‘de Vrije Academie is overal en voor iedereen’. Oorspronkelijk bestond de programmering uitsluitend uit kunsthistorische onderwerpen, maar de laatste jaren is dat verbreed naar filosofie, geschiedenis en muziekgeschiedenis. De Vrije Academie heeft inhoud en een groot klantenbestand van in kunst geïnteresseerd publiek. Daarin zit voor Amerborgh ongetwijfeld de waarde. Groeikansen zijn er ook. Samenwerking met andere

“de Vrije Academie is overal en voor iedereen”

onderdelen van het bedrijf kunnen daarvoor zorgen, zo is de verwachting van Peter van Duinen en Stef Collignon. Door de marketingervaring van Amerborgh kan voor het bestaande aanbod van de Vrije Academie wellicht ook een jonger en andersoortig publiek worden getrokken. En docenten kunnen ingezet worden op andere plekken, bij Amerpodia bijvoorbeeld. De docenten zijn experts op allerlei gebied en daardoor voor andere instellingen, gedroomde mensen om te kennen, aldus Collignon. Zelfs bij de musicals kunnen ze ‘een rol spelen’. De musicalproducties van Amerborgh zijn namelijk gebaseerd op historische gegevens en zijn dus heel geschikt voor een uitgebreide, educatieve randprogrammering. Zo is nu de opvolger van Soldaat van Oranje in voorbereiding, een musical op basis van Russell Shorto’s boek *Island at the Center of the World* over het ontstaan van New York.

Kans voor de Vrije Academie om lezingen en cursussen over dit onderwerp aan te bieden en zo een grote groep nieuwe klanten aan te boren. Voor de Vrije Academie betekent de inlijving bij Amerborgh bovendien dat de toekomst van de onderneming gewaarborgd is, ook wanneer Peter van Duinen als directeur rustig zou willen gaan leven, wat hij overigens voorlopig niet zal doen; hij blijft gewoon aan als directeur.

Maar ligt het gevaar niet op de loer dat de kunsthistorische inhoud ondergesneeuwd raakt binnen het diverse aanbod van Amerborgh? Daar zijn beide partijen niet bang voor. Er is werk genoeg voor de kunsthistorische docenten van de Vrije Academie. Hoewel Amerborgh niet van plan is musea in te lijven, ontwikkelt het bedrijf bijvoorbeeld wel een ‘huis voor kunst en cultuur’ in de voormalige kogelfabriek aan het Noordzeekanaal in Zaandam. Het HEM wordt een avontuurlijke plek met een tijdelijk kunst- en cultuurprogramma samengesteld door wisselende curatoren. Er zullen tentoonstellingen plaatsvinden, presentaties, zang, dans,

mode en er kan gegeten en gedronken worden. Het belooft een huis vol leven te worden, een plek waar de kunsthistorici van de Vrije Academie hopelijk ook veel werk aan krijgen.



**Bulletin
Kunsthistorici**

"Het is hard werken, maar dat is niet de reden waarom kunst om mag gaan, is Interview met Sarah de Groot" — P. 4

THEMAKATERN:
SECTIE ZELFSTANDIGEN
Berouptheid voor kunsthistorici — P. 13

Collectief onderhandelen en minuscule overwinningen: wat heeft de kunsthistoricus eraan? — P. 14

Kunsthistoricus en zwager — P. 22

en meer...



BULLETIN 2017.1



**Bulletin
Kunsthistorici**

"Echte inclusiviteit gaat om het creëren van gelijkwaardigheid" Interview met Wynke Fomstra — P. 4

2016:
Goede voornemens van kunsthistorici — P. 5

Prijswinnaar aan het woord: George Sanders — P. 14

Terugblik 2017 — P. 20

en meer...



BULLETIN 2017.1



**Bulletin
Kunsthistorici**

Interview met Nils Nimms — P. 7

VNK-Pris — P. 10

THEMAKATERN:
SECTIE HANDEL
Prijs verspreiden in de kunst — P. 14

"Kunsthistorici is een ondergewaardeerd vak" Interview met Willelme van Hoogstede — P. 21

en meer...



BULLETIN 2017.2

Nog geen lid van de VNK?

De Vereniging van Nederlandse Kunsthistorici wil kunst- en architectuurhistorici in Nederland bij elkaar brengen en kennisoverdracht, ontmoeting en discussie binnen het vakgebied bevorderen. Dat doen we onder andere door het organiseren van bijeenkomsten en workshops, door het uitgeven van het bulletin *Kunsthistorici* en door actief te zijn op de website en *social media*.

Bijna 1000 kunst- en architectuurhistorici in Nederland en daarbuiten zijn al lid van de VNK. Als lid blijf je op de hoogte van het laatste nieuws uit het vakgebied en krijg je de mogelijkheid regelmatig collega's te ontmoeten en je netwerk uit te breiden. Studenten en gepensioneerden kunnen bovendien voor een lager tarief lid worden. Het is nu ook voor instellingen mogelijk om de VNK te steunen.

Lidmaatschap:

€ 30,- of €23,- per jaar (studenten en gepensioneerden)

Lidmaatschap voor het leven:

€ 1.000 (u ontvangt het boek *Onder kunsthistorici*)

Institutioneel steunlidmaatschap:

€ 500,- per jaar (u krijgt 2 deelnemersplaatsen tijdens de VNK-activiteiten en vermelding van uw logo op de website)

Begunstigers lidmaatschap (persoon/instituut):

€ 100,- per jaar (u wordt vermeld op de website)

Aanmelden?

Stuur een email naar de ledenadministratie: secretariaat@kunsthistorici.nl en vermeld hierin achternaam, voorletters en titel, adres, postcode+ woonplaats, geslacht, afstudeerrichting en e-mailadres. De kosten van het lidmaatschap zijn inclusief het abonnement op *Kunsthistorici*.

www.kunsthistorici.nl



**Bulletin
Kunsthistorici**

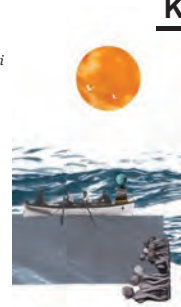
"Het samenstellen van de VNK-bibliografie is een soort spoorzoeken" Interview met Loes Scholten — P. 4

THEMAKATERN:
SECTIE UNIVERSITEITEN
Kunsthistorici, opgepast! — P. 9

De staat van het onderzoek — P. 10

Interview met Axel Rüger, directeur Van Gogh Museum — P. 16

en meer...



BULLETIN 2017.1



**Bulletin
Kunsthistorici**

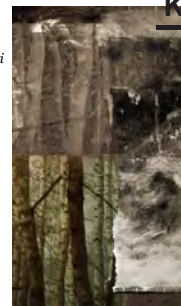
Een voorstellen... Egon Ronia — P. 4

THEMAKATERN:
TECHNISCHE KUNSTGEESCHIEDENIS
"Het is gewoon kunst, geschiedenis, technisch onderzoek hoort daarbij" Interview met Margriet van Elkema Hommes — P. 8

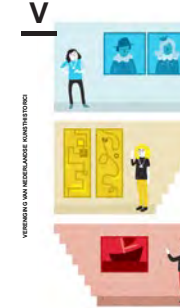
Terugblik Kunsthistorische Dag 2016 — P. 13

Prijswinnaars aan het woord — P. 19

en meer...



BULLETIN 2017.1



**Bulletin
Kunsthistorici**

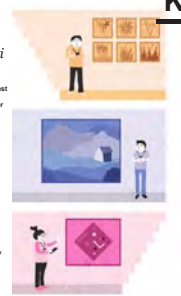
"Laten we de kloof tussen academici en de rest samen overbruggen." Interview met Susan Taub — P. 8

VNK bibliografie 2016 verschenen — P. 12

BILJAGE EDUCATIE:
De kunsthistoricus als rondleider met illustratie van Julia Kriemhild — P. 15

De kunsthistoricus op tv Interview met Marc Ploeg — P. 22

en meer...



BULLETIN 2017.2

INSTITUTIONELE STEUNLEDEN VNK:



RIJKS MUSEUM

De Gijselaar-Hintzenfonds

De Gijselaar-Hintzenfonds



PAN

AMSTERDAM



Colofon

Kunsthistorici is een uitgave van de Vereniging van Nederlandse Kunsthistorici (VNK)

30ste jaargang, nr. 1, april 2019

Redactie

Eline Levering Mphil, hoofd- en eindredactie
dr. Annette de Vries, redactieraad

Vormgeving en opmaak

Janna & Hilde Meeus, www.meeusontwerpt.nl

Redactieadres

Eline Levering, secretariaat@kunsthistorici.nl

Deze uitgave kwam tot stand met medewerking van:

Anna van Duijn
Luuk Hoogewerf
Julia van Marissing
Paul van den Biesen
Peter van Duinen
Mirjam Kooiman
Nathalie Maciesza
Renee Schuiten-Kniepstra
Gaila Jehoe

Liesbeth Mulder
Bram Donders
Annette de Vries
Marion van der Marel
Eppo Runia
Eline Levering
Stef Collignon

Bestuur VNK

dr. Annette de Vries, voorzitter
Geerte Broersma MA, secretaris
drs. Marion van der Marel BA,
penningmeester
dr. Arjan de Koomen
dr. Eloy Koldeweij
drs. Eppo Runia
Marie Baarspul MA

Abonnement

Een abonnement op *Kunsthistorici* is inbegrepen bij het lidmaatschap van de VNK. De jaarlijkse contributie bedraagt € 30,- en € 23,- (gepensioneerden en studenten), ongeacht in welke maand men zich opgeeft. U wordt verzocht gebruik te maken van de toegestuurde betalingsinstructies. Voor meer informatie kunt u zich wenden tot de ledenadministratie.

Kunsthistorici wordt digitaal verspreid.

Opzegging

Lidmaatschap en abonnement worden jaarlijks stilzwijgend verlengd. Het lidmaatschap kan alleen schriftelijk bij de ledenadministratie worden opgezegd, op elk moment en met onmiddellijke ingang.

(Email)adreswijzigingen

Doorgeven aan de ledenadministratie.

Secretariaat en ledenadministratie VNK

t.a.v. Eline Levering
Postbus 90418
2509 LK Den Haag
secretariaat@kunsthistorici.nl

www.kunsthistorici.nl

© Vereniging van Nederlandse Kunsthistorici

Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden overgenomen zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever. De uitgever heeft ernaar gestreefd de rechten van de afbeeldingen volgens wettelijke bepalingen te regelen. Degenen die desondanks menen zekere rechten te kunnen doen gelden, worden verzocht zich tot de redactie te wenden.