

CODART NEGEN congress: Workshop 4

Rembrandt overkill?

Chair: Gary Schwartz, Webmaster, CODART, Amsterdam

Secretary: Sander Paarlberg, Curator, Dordrechts Museum, Dordrecht

Introductions

Speaker I: Axel Rüger, Curator of Dutch and Flemish paintings, National Gallery, London

Enough is enough

2006 is the year of Rembrandt's 400th anniversary, an obvious occasion to celebrate and commemorate the artist with a host of publications and exhibitions. It should be an ideal opportunity to take stock of what Rembrandt means to us today, what we know and to explore and research what we don't know. But is there anything left?

A quick scan across my bookshelf reveals that over my past seven years at the National Gallery at least 15 large-scale exhibition on Rembrandt have taken place (not including the 2006 exhibition), considering the artist as a whole and innumerable aspects of his work. Needless to say, Rembrandt belongs to a very small group of artists who enjoy immediate name recognition - which translates directly into large visitor numbers for exhibitions with works by him. It is therefore all too easy to understand why everyone will want such a show. But the consequence is that we subject unique and precious works of art repeatedly to the hazards of travel and that we feel compelled to produce hefty scholarly catalogues which are ultimately more geared towards our fellow scholars than the general public. Isn't it therefore time to use the 400th anniversary really to take stock and to assess whether we can actually sustain this exhibition circus and justify the dangers for transporting works of art for the sake of higher visitor numbers. Perhaps it's time to say "enough is enough."

Speaker II: Gerben Baaij, Business Development Manager of the Netherlands Board of Tourism & Conventions and Member of the Board, Rembrandt 400 Foundation

Whether there's Rembrandt overkill or not in 2006, depends on your goals and position. Our aim is to attract visitors to Rembrandt 400 exhibitions and activities, while maintaining high cultural standards in the program. In modern marketing brands, icons and events are a necessity; this applies to cultural marketing as well. There can be no doubt that Rembrandt is both a strong brand and an icon. Combining a large number of exhibitions and events generates extra media attention and awareness, along with a sense of urgency: it's now or never.

Professionals experience overkill long before the public does, because they have a different focus. The present attention for Rembrandt will no doubt attract visitors who do not normally visit museums often. Although some may fear Rembrandt may overshadow "lesser" artists, I'm certain events like Rembrandt 400 and the media attention they bring will enhance cultural awareness and increase visits

to museums, both for Rembrandt and in general. Of course broad commemorative programs also lead to products and/or merchandise that we may find unnecessary or over the top. But that's a fact of modern life, can't be helped, and – this is the bottom line - does not really damage our objectives.

In short: make a lot of noise, or expect only the happy few. But don't make concessions to the overall quality of what you offer.

Statements:

- In modern marketing brands, icons and events are a necessity; this applies to cultural marketing too
- Rembrandt professionals will experience Rembrandt overkill long before the public does, because they have a different focus

Report on the discussion [in Dutch]

In een korte introductie werpt Gary verschillende vragen rond het thema op in aansluiting op zijn lezing. Tijdens Rembrandt 400 wordt een zeer groot aantal tentoonstellingen aan Rembrandt gewijd. Moeten dat er wel zo veel zijn? Verliezen we de nuance? Is dat de overkill? Zullen de clichés blijven hangen?

De eerste spreker is Axel Rüger. Axel vult zijn in de congresinformatie geplaatste statement en tekst "Enough is enough" aan met een vurig pleidooi tegen het "Rembrandtcircus" dat gaande is, al geeft hij toe dat de National Gallery zelf een van de belangrijkste bruikleengevers is. Moeten we wel steeds tentoonstellingen blijven maken, die soms alleen voor een wetenschappelijke doelgroep gemaakt lijken te zijn, en steeds dezelfde schilderijen blootstellen aan de gevaren van transport? Voor wie doen we het, voor een zo groot mogelijk publiek of voor wetenschappers? Om veel bezoekers te trekken moeten steeds weer de grote namen - Vermeer en Rembrandt - en een select aantal werken belast worden. Dat oefent druk uit op de collecties. En het zal niet stoppen na Rembrandt 400. De National Gallery heeft al bruikleenaanvragen gekregen voor verschillende Rembrandttentoonstellingen na 2006...

Gerben Baaij ontkent dat er sprake is van overkill. Museum professionals voelen zich misschien overbelast, maar het publiek niet. "Icons, brands and events" zijn noodzaak, ook als het om cultuurmarketing gaat. Een groot voordeel is dat Rembrandt 400 juist publiek kan trekken dat anders niet naar musea komt. Door er veel ruchtbaarheid aan te geven en met commercie ("Rembrandtchocolaatjes") boor je nieuwe doelgroepen aan, versterk je het cultureel bewustzijn van het publiek en zal museumbezoek in het algemeen toenemen.

Axel beweert dat we in een vicieuze cirkel zitten waarin een museum steeds weer een voorgaand succes moet evenaren, dus blockbuster na blockbuster moet voortbrengen. Hoge bezoekersaantallen kunnen grote druk uitoefenen op musea: je moet tentoonstellingen maken die publiek trekken, niet noodzakelijkerwijs inhoudelijk interessante tentoonstellingen. Gary wijst op een succesvolle publiekstentoonstelling zoals *Rembrandt's Journey*, die ook voor vakgenoten betekenis had.

Vaste collecties, die zoveel meer te bieden hebben, krijgen nauwelijks aandacht door de tentoonstellingsnoodzaak. Kritiek wordt geuit op de op een groot publiek gerichte *Rembrandt-Caravaggio* tentoonstelling (weinig inhoudelijk, grote namen roepen), maar evenzeer op een thematische tentoonstelling als Rembrandts moeder ("een boek op de muur"). Baaij vraagt: wat wil het publiek zien? De Lakenhal krijgt dit jaar een aanzienlijk aantal bezoekers meer dan in andere jaren. Tegengeworpen wordt dat juist het grote publiek moet leren wat mooi is (grote publiek wil soaps op tv). Is het wel zo dat bezoekers van blockbusters terugkomen voor andere tentoonstellingen in hetzelfde museum?

Baaij: dat is wel doel van Leidse tentoonstellingen, er komt nu publiek uit Duitsland voor het eerst in Leiden. Rüger benadrukt dat je als conservator wel zelf achter de tentoonstelling in je eigen museum moet staan. Op dit moment begint Gary met het uitdelen van de eerste anti-Rembrandt-sticker (met dank aan de medewerkers van het RKD). Axel vervolgt: het publiek wil het liefst een duidelijk overzicht zien: vroeg, midden en laat werk. Hierdoor worden voor blockbusters steeds dezelfde topstukken gevraagd. Peter van den Brink: bruiklenen worden zelfs geweigerd voor gedegen serieuze tentoonstellingen omdat ze op een blockbuster getoond moeten worden. Gary: maar dat gaat niet op voor kleinere of inhoudelijke tentoonstellingen zoals de Uylenburghtentoonstelling in het Rembrandthuis of de manier waarop het Fitzwilliam Museum prentententoonstellingen maakt, het kan ook anders.

Had de Uylenburghtentoonstelling ook zonder/buiten Rembrandt 400 gemaakt kunnen worden? Volgens Baaij niet: dan zou er geen geld geweest zijn en geen interesse vanuit museum. Baaij vervolgt met de opmerking dat de conservatoren zich gedragen alsof de schilderijen van hen zijn, maar die zijn van iedereen. Rüger antwoordt dat wij, de conservatoren, uiteindelijk verantwoordelijk zijn voor beschadiging.

Kan een wetenschappelijk goede tentoonstelling ook publiekelijk succesvol zijn? Een voorbeeld dat genoemd wordt: *Rembrandt's Journey* van Cliff Ackley in Boston, die door Gary als voorbeeld genoemd is van hoe het moet, wordt door Axel bekritiseerd omdat de directeur er op stond dat aan een tentoonstelling die begon met alleen werken op papier schilderijen moesten worden toegevoegd om het aantrekkelijker te maken voor een groot publiek.

De discussie richt zich nu op de kwetsbaarheid van de werken. Gary: je zou de gevolgen van transport en tentoonstellen (met zeer grote hoeveelheden publiek) voor de levensduur van de kunstwerken in kaart moeten brengen en het publiek maar ook onszelf daarmee moeten confronteren. Wat kost het aan de integriteit van het object wanneer het tempo van behandelingen en schoonmaakbeurten opgevoerd wordt?

Een belangrijke vraag is hoe we juist de mensen naar de objecten krijgen op de plaats waar ze thuishoren. Baaij haalt aan dat het idee om een grote reproductietentoonstelling van alle werken van Rembrandt op ware grote, door musea geweigerd is. Wellicht zinvol in een land waar je geen echte werken van Rembrandt kan bekijken. Dat roept de vraag op waarom je (echte) Rembrandtentoonstellingen in Nederland moet maken, terwijl je hier altijd al werken van Rembrandt kan zien. De tentoonstellingen van werken uit eigen bezit zijn te prijzen: het is goed om na te denken over de manier waarop je de eigen collectie presenteert. Het lijkt vreemd om een tentoonstelling over Rembrandt of Vermeer te maken in een museum waar geen werk van deze meesters is, maar een

tentoonstelling als *Vermeer y el interior holandés* (*Vermeer and the Dutch interior*) in Madrid is tegelijkertijd juist toepasselijk in een plaats waar men niet bekend is met deze schilder. Je moet mensen ook leren te kijken. Educatie wordt steeds belangrijker. Interessant is dat de aanpak bij een tentoonstelling als *Rembrandt-Caravaggio* de bezoekers juist laat kijken (en vergelijken) terwijl de leek in een tentoonstelling als *Rembrandts moeder* de weg snel zal kwijtraken tussen de overeenkomstige stukken van zeer wisselende kwaliteit.

Wat voor functie hebben we als musea? Zijn we afhankelijk van evenementen als Rembrandt 400? Grote overzichtstentoonstellingen zijn niet meer te maken, er zijn te weinig goede stukken en er is teveel competitie, dát is de overkill. Maar als musea niet instappen dan nemen de spektakelmakers (Madame Toussaud's etc.) het over en verlies je publiek.

We moeten niet al te negatief zijn over de slechte gevolgen van transport etc. voor de kunstwerken. Klimaatkisten en de zorg voor transport zijn de laatste jaren flink verbeterd en in de eigen musea kunnen de kunstwerken ook beschadigen. Feit blijft dat de risico's toenemen door intensief bruikleenverkeer.

Tot besluit wordt er gestemd: vrijwel iedereen is het erover eens dat overkill een probleem vormt en krijgt een sticker.

Sander Paarlberg

Participants in this workshop were:

1. Gerben Baaij, Business Development Manager, Nederlands Bureau voor Toerisme & Congressen, Leidschendam
2. Peter van den Brink, Director, Suermondt-Ludwig-Museum and other City Museums in Aachen, Aachen
3. Axel Buyse, Representative of the Flemish government, Representation of the Flemish government in the Netherlands. c/o Embassy of Belgium, The Hague
4. Görel Cavalli-Björkman, Chief curator and director of research, Nationalmuseum, Stockholm
5. Dana Crisan, Curator of prints and drawings, National Museum of Art of Romania, Bucharest
6. Dorota Dec, Curator of foreign paintings, Czartoryski Museum and National Museum in Kraków, Kraków
7. Alexis Donetzkoff, Curator at the Service des Bibliothèques, des Archives et de la Documentation Générale, Direction des Musées de France, Paris
8. Mariana Dragu, Curator of foreign paintings, National Museum of Art of Romania, Bucharest
9. Gerlinde Gruber, Curator of Dutch paintings of the 17th and 18th century, Kunsthistorisches Museum, Vienna
10. Dagmar Hirschfelder, Project researcher, Germanisches Nationalmuseum, Nuremberg
11. Elly Klück, Curator, Rijksbureau voor Kunsthistorische Documentatie, The Hague
12. Dragana Kovačić, Senior curator, National Museum, Belgrade
13. Suzanne Laemers, Curator, Rijksbureau voor Kunsthistorische Documentatie, The Hague

14. Willemijn Lindenhovius, Straus curatorial intern of the drawings department, Harvard University Art Museums, Cambridge
15. Anu Mänd, Curator, Art Museum of Estonia, Tallinn
16. Angel M. Navarro, Professor of art history, University of Buenos Aires, Buenos Aires
17. Uta Neidhardt, Curator of Dutch and Flemish paintings, Staatliche Kunstsammlungen Dresden - Gemäldegalerie Alte Meister, Dresden
18. Sander Paarlberg, Curator of Old Master paintings, Dordrechts Museum, Dordrecht
19. Eva de la Fuente Pedersen, Senior research curator, Statens Museum for Kunst, Copenhagen
20. Axel C. Rüger, Curator of Dutch and Flemish paintings, The National Gallery, London
21. Vadim A. Sadkov, Head of department of European and American art, Pushkin State Museum of Fine Arts, Moscow
22. Gary Schwartz, Webmaster, CODART, Maarsse
23. Danièle Wagener, Curator, Ville de Luxembourg - Musée d'Histoire, Luxembourg