

RALPH

de  ndernemer

**AAN DE
SLAG IN
REGIO ZWOLLE!**

**RALPH
KEUNING**
*Museum de
Fundatie*
'Mijn motivatie
is ideologisch'

Het nieuwe
WINKELN
'Open een webshop'

•••••
Voordelen
van een
**PAPERLESS
OFFICE**

•••••
Hib Anninga
'**SUCCES** heb
je nooit alleen'

een initiatief van



deStentor

Nummer 4

September 2013

€ 4,95

www.dozwolle.nl

‘Ondernemerschap moet **DIENEND** zijn’

De bezoekerscijfers van de Fundatie schoten na zijn aantreden de lucht in. Hij realiseerde de spectaculaire uitbreiding van het museum en plaatste Zwolle internationaal op de kaart. Directeur van Museum de Fundatie over kunst en ondernemerschap.

tekst JORIEN MARCUS | beeld RAYMOND VAN OLPHEN

Of het een relativerend interview kan worden en niet zo'n borstklopperig testosteroneverhaal, want daar heeft hij een hekel aan. 'Ik hou niet van die 'kijk-eens-wat-ik-heb-gedaan-verhalen. Ondernemerschap is pas interessant wanneer je dat wat je doet in een traditie kunt plaatsen. Het moet bijdragen aan de continuïteit en in hoge mate dienend zijn. Deze uitbreiding is dienend aan de beeldende kunst, maar ook aan de stad en streek en haar inwoners. Museum de Fundatie kan met zijn internationale collectie en tentoonstellingsprogramma, nu ook in een gebouw met internationale allure bijdragen aan de continuïteit van deze ondernemende stad.'

Het is hem meerdere keren overkomen. Dat hij tijdens de bouw van 'De wolk', bouwhelm op, in gesprek met de aannemer of architect, werd aangeschoten door passanten. Of hij dáár inderdaad verantwoordelijk voor was. Een schande. Zo'n modern ding op zo'n monumentaal gebouw. Vaak wist hij tegenstanders op basis van argumenten te overtuigen. 'Als de conclusie was dat het een kwestie is van smaak, was ik al tevreden. Je vindt het mooi of je vindt het

niet mooi, maar dat het het historisch stadshart zou aantasten, is onzin. Het gebouw zelf is er ook later neergezet en past goedbeschouwd ook niet in het 'plaatje' van eeuwenoud stadsgezicht.'

Kloppend hart Keuning trad in 2007 aan als directeur bij de Fundatie. 'Toen ik er voor het eerst kwam kijken, op een zondag met mijn vrouw en dochter, liepen er twee andere mensen in het museum. Bij grand café Public aan de overkant speelde een bandje en zat het stampvol. Ik zag wel een uitdaging.' Zowel het museum in Zwolle als Kasteel Het Nijenhuis in Heino trokken 15 duizend bezoekers per jaar. Aan hem de opgave dit op te schalen naar 70 duizend in totaal. Na enkele jaren al stond de teller op ruim 100 duizend en ontstond een capaciteitstekort. Het is inmiddels een bekend verhaal. Met een subsidie van 5 miljoen euro van de provincie Overijssel en 1,8 miljoen bijeengebracht door de BankGiro Loterij en 18 sponsors, voornamelijk uit de regio Zwolle, kon de uitbreiding worden gerealiseerd. 'De wolk' heeft al bewezen in ieder geval dienend te zijn aan een groot aantal on-

dernemers in de binnenstad; zij zagen vanaf de opening een duidelijke omzetsijging. Het museum als economische impuls voor de binnenstad? Keuning: 'Dat helpt zeker. Maar om van een oude stadskern weer een kloppend hart te maken, moet je meer doen. Misschien is het wel nodig dat bedrijven die nu op allerlei kantorenlocaties zitten, weer terugkeren naar de oude binnenstad. Waarom moet een accountant aan een snelweg zitten? Het is vooral een ontmoetingsplek voor een opdrachtgever en zijn klant. Dat zou ook heel goed aan de Melkmarkt kunnen.'

Duitse manier Zijn eigen liefde voor kunst werd aangewakkerd door de werken van Van Gogh in het Kröller-Müller Museum waar hij als jongen regelmatig kwam. Hij studeerde kunstgeschiedenis, maar werd in Berlijn, waar hij zijn scriptie schreef en daarna twee jaar bij de Neue Nationalgalerie werkte pas echt gegrepen door het museumvak, 'Ik heb er op de Duitse manier leren werken: formeel, weinig impulsief, zaken grondig analyseren en tijd nemen voor een beslissing.'

‘Ik wil niet
op de winkel passen,
ik wil scoren’

‘Ik wil scoren’ Met de resultaten die hij boekte met de Fundatie, heeft Keuning niet alleen bewezen verstand te hebben van kunst, maar ook van ondernemen. ‘Ook de Fundatie is een bedrijf. Hoewel een klein bedrijf. We hebben de omzet van een Kruidvat filiaal.’ Lachend: ‘Een redelijk groot Kruidvatfiliaal inmiddels.’ En zoals iedere onderneming, wil ook de Fundatie blijven groeien. ‘Ik wil niet op de winkel passen, ik wil scoren.’ Dat lukt tot nu toe. De bezoekersaantallen schoten na zijn aantreden de lucht in. ‘Daarvoor voeren we onder meer een actief doelgroepenbeleid. Alle musea zeggen dat ze voor iedereen toegankelijk zijn. Kinderen, jongeren en ouderen. Dat is in veel gevallen marketinggekleets en niet terug te zien in het aanbod in het museum zelf. Je krijgt mensen niet binnen door je communicatie, maar door

ze te prikkelen met je aanbod.’ Hij merkt het aan zijn eigen kinderen, een drieling van dertien. Voor een museum met een belevingselement zijn ze nog wel te porren, maar ze écht laten kijken naar een schilderij is moeilijk. ‘Op vakantie waren we op de plek waar Caspar David Friedrich rond 1810 Monch am Meer heeft geschilderd, wellicht één van de belangrijkste 19de eeuwse schilderijen. Als ik hen daarvoor probeer te enthousiasmeren, ben ik toch die vader met die rare hobby.’

“De kunstwereld” is onzin

Om jongeren toch in contact te brengen met kunst, werkt het museum al een aantal jaar samen met festival Lowlands en heeft het een satellietvestiging bij het Deltion College, een overblijfsel van de tijdelijke sluiting van het museum. ‘Mbo-studenten komen meestal niet uit zichzelf naar een museum. Nu brengen we de kunst naar hen toe. We selecteren werken die aansluiten bij hun belevingswereld. Het doel is tweeledig. Hen laten kennismaken met kunst en de kunst dwingen om een rol te spelen in het leven van de ontvanger.

De kunst die vaak ten onrechte wordt gezien als aparte wereld, maar “De kunstwereld” is ongelooflijke onzin. Er is maar één wereld en kunst hoort daar middenin te staan. Kunst communiceert door middel van beelden en geeft een vertaling van ideologie, ambitie, verlangen of frustratie. De kunst heeft zich decennia lang op een zijspoor laten dwingen. Het gaat vaak alleen nog over wat de kunstenaar diep van binnen voelt, niet meer over wat het de gebruiker geeft. Reclame is soms spannender.’

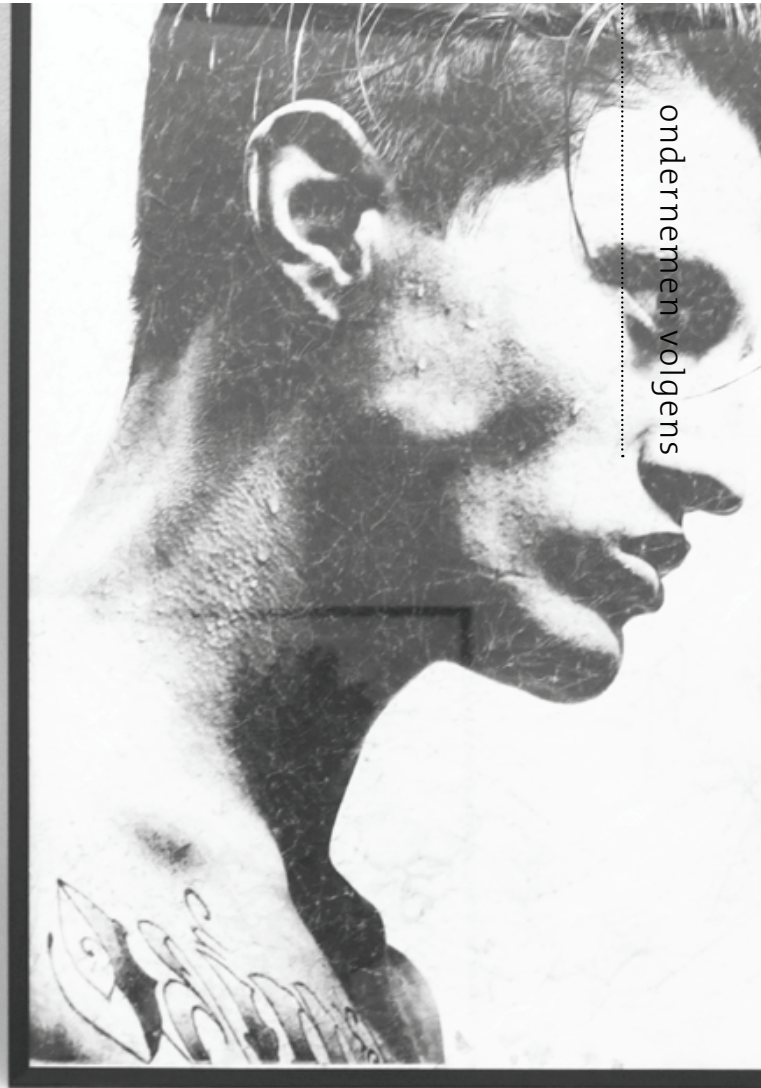
Mooi en duurzaam

Met de uitbreiding is zijn taak nog niet volbracht. ‘Ik wil de uitbreiding van de Fundatie terugzien in een verbetering van het imago van de stad, in een beter vestigingsklimaat, een stijging van het aantal studenten. Er is hier iets heel moois en duurzaam aan het ontstaan, ik voel ook een verplichting.’ Is een carrière buiten de kunst een optie? ‘Dat is een optie, maar mijn hart ligt bij de kunst. Mijn uiteindelijke motivatie is ideologisch. Het maatschappelijk rendement is belangrijker dan het kassarendement.’ ●

Ralph Keuning (1961, Harderwijk) groeide op op de Veluwe en koos na een jaar sociologie te hebben gestudeerd voor kunstgeschiedenis aan de universiteit van Utrecht en de Freie Universität Berlijn. Hij werkte van 1990-1992 bij de Staatliche Museen zu Berlin in de Neue Nationalgalerie en vervulde vervolgens tot 2004 verschillende functies bij het Kröller-Müller Museum. De drie jaar daarna was hij directeur van het Nieuw Land Erfgoedcentrum in Lelystad. In februari 2007 werd hij directeur van Museum de Fundatie met vestigingen in Heino (Kasteel Het Nijenhuis) en in Zwolle. Ralph Keuning is getrouwd met Agnes en heeft een drieling van dertien, Enzo, Riva en Oscar.

Meer over Ralph Keuning in het tv-programma ‘Ik, de Ondernemer’, dat te zien is vanaf zondag 22 september op www.dozwolle.nl. Bekijk de hele uitzending of kies voor fragmenten.

RTVZOO zendt het tv-programma uit op zondag 22 september om 11.00 uur (Ziggo kanaal 44/KPN kanaal 616). Wilt u bij de opnames op dinsdagavond 17 september aanwezig zijn? Mail dan naar redactie@dozwolle.nl.



ondernemen volgens



september 2015