

Bij het afscheid van prof.dr. H.W. van Os,

algemeen directeur van het Rijksmuseum,
18 september 1989 – 1 december 1996

Het begon voor mij in het bestuur van het Prins Bernhard Fonds. De vraag was, of in beginsel de algemeen directeur van het Rijksmuseum moest worden uitgenodigd zitting te nemen in het bestuur. Sommigen vonden van wel, anderen van niet. Een maand later was bekend dat de heer Van Os de nieuwe hoogste baas van het Rijksmuseum zou worden. Met algemene stemmen werd hij uitgenodigd. Hij verscheen, gaf ons allen een hand, stralend en innemend, je het gevoel gevend dat dit het moment was waarnaar Henk van Os al tijden had uitgekeken. Een zondagskind in de kunstgeschiedenis en in de museumwereld.

Henk van Os heeft zich als algemeen directeur van het Rijksmuseum heel sterk ingespannen om het draagvlak voor het Rijksmuseum te vergroten, vooral het nationale draagvlak. Vanuit de gedachte dat het Rijksmuseum voor Nederland de rol van Nationale Schatkamer vervult, heeft Van Os een groot aantal initiatieven in de sfeer van publiciteit, tentoonstellingsbeleid en publieksbegeleiding ontwikkeld, met het oogmerk om het Rijksmuseum in Nederland een nieuwe naamsbekendheid te doen verkrijgen, en vooral om het aantal Nederlandse bezoekers te doen stijgen. Verlaging van de geestelijke drempel werkt pas goed als de fysieke toegankelijkheid en het interieur van het museum in overeenstemming zijn met de eisen van vandaag. Een complete herinrichting van de beide hoofdingangen, en een grootscheepse renovatie van de Zuidvleugel waren daarom de logische gevolgen van het door Van Os gevoerde beleid. Dank zij het Deltaplan voor Cultuurbehoud kon in de Zuidvleugel een luchtbehandelingsinstallatie aangelegd worden; immers, de bewaaromstandigheden van de voorwerpen in de ruimten aldaar grensden aan het ontoelaatbare.

Ook in het tentoonstellingsbeleid sloeg het Rijksmuseum een nieuwe weg in: voor elke grote wintertentoonstelling, te beginnen met *Schilders van Venetië (1990-1991)*, werd een vormgever van naam uitgenodigd. De resultaten waren, stuk voor stuk, verrassend en stimulerend.

In het kader van de komende verzelfstandiging van het Rijksmuseum lag er voor de nieuw agetreden algemeen directeur op het gebied van fondswerving een zware taak. In de periode waarin het museum onderdeel van de Rijksdienst was, kwam externe fondswerving voornamelijk aan de orde bij aankopen van kunstwerken. Met de verzelfstandiging in het vooruitzicht zou ook voor de exploitatie van de museale activiteiten, voor zover die boven de basistaken uitgaan, externe financiering onontkoombaar zijn. Bij zijn sponsorwervingsbeleid heeft Van Os zich eveneens laten leiden door de gedachte dat het Rijksmuseum de Nationale Schatkamer is. Daarom trachtte hij in eerste aanleg Nederlandse bedrijven voor sponsoring te interesseren. Daaraan koppelde hij

Erwin Olaf, Portret van Henk van Os, augustus 1996.
Foto Rijksmuseum, Amsterdam



aan de hand van de foto's van Henk van Os, die in 1996 zijn
in het kader van de tentoonstelling 'De Kunst van de
niet alleen de foto's van Henk van Os, die in 1996 zijn
het museum onder de naam van Henk van Os, die in 1996 zijn
om te kijken van kunstwerken. Met de tentoonstelling is het voor
de organisatie van de museum activiteiten, voor over de foto's
aanpak om te kijken van kunstwerken. Met de tentoonstelling is
jaar later door de galerie dat het Rijksmuseum de Nationale
in de eerste plaats Nederlandse bedrijven voor sponsoring te

de gedachte van draagvlakverbreding binnen Nederland: alleen bedrijven met veel werknemers zouden in aanmerking kunnen komen als sponsor. Om de continuïteit te waarborgen streefde hij vooral naar meerjarige sponsorcontracten. Dat streven werd beloond, ondermeer door Olivetti, KPN, het VSB-Fonds, KLM, Philips nv, en Deloitte & Touche.

In het kader van het genereren van extra inkomsten voor het museum werd, zij het terughoudend, overgegaan tot het tegen vergoeding beschikbaar stellen van museale ruimten voor ontvangsten en diners van derden; bij dergelijke gelegenheden is echter altijd een inleiding of een rondleiding over (een deel van) de collectie inbegrepen.

Omdat het nooit de bedoeling kan zijn dat een instelling als het Rijksmuseum van sponsors afhankelijk is, diende er een vorm gevonden te worden waarin het museum uit een structurele bron van extra fondsen zou kunnen putten. Naar Amerikaans voorbeeld werd daartoe Het Rijksmuseum Fonds, een zogenaamd Endowment Fund, opgericht; uit de opbrengsten van het aldus te vormen vermogen zou een extra geldstroom voor activiteiten en aankopen van het Rijksmuseum kunnen ontstaan. Door enkele substantiële schenkingen en legaten heeft het fonds inmiddels een basis verkregen om het uiteindelijke doel te bereiken. Verdere groei is echter noodzakelijk.

Op het gebied van kunstaankopen is het Rijksmuseum niet alleen voor een groot deel afhankelijk van het aanbod op de kunstmarkt, maar bovenal van de financiële mogelijkheden. De kwaliteit van de reeds aanwezige collectie heeft tot gevolg dat voor het invullen van lacunes en de verbetering van de kwaliteit uitsluitend topwerken in aanmerking komen, welke met geen enkele mogelijkheid uit het jaarlijks van rijkswegen ter beschikking gestelde aankoopbudget verworven kunnen worden. Toch zijn er in de jaren dat Van Os de leiding over het museum had een aantal indrukwekkende aankopen gedaan. Daarbij is het aan zijn persoonlijke inzet te danken dat Rembrandts schitterende portret van Johannes Wtenbogaert met een aanzienlijke bijdrage van de regering voor de rijkscollectie verworven kon worden: een nationale figuur in de Nationale Schatkamer. Nog zie ik ons, bestuursleden van het Prins Bernhard Fonds, als een klein samenzweerdersgroepje de catacomben van het Rijksmuseum ingaan om een moment later oog in oog te staan met het schitterende portret en te luisteren naar Henk van Os' emotionele en betoverende uiteenzetting. Op de trappen naar boven wisten we: dat geld zijn we kwijt.

Een zondagskind dus? Ik aarzel. De onbekommerde indruk, het optimisme dat hij uitstraalt en het ongetwijfeld grote succes pleiten ervoor. Maar wie nader kennismaakt heeft ook weet van de door kennis afgedwongen originaliteit, van een zelf opgelegde werkkraft en zelfs van een zorgelijke kant. Een algemene karakteristiek in één woord is niet te geven. Persoonlijk en authentiek – zoals ieder mens van echte allure.

Dr.ir. Th. Quené

Voorzitter van de Raad van Toezicht
van het Rijksmuseum, Amsterdam

On the departure of Professor H.W. van Os,

Director General of the Rijksmuseum,
18 September 1989 – 1 December 1996

It began for me with the Board of the Prins Bernhard Fonds. The question was whether the director general of the Rijksmuseum should in principle be invited to sit on the board. Some thought he should, others not. A month later it was made known that Dr van Os was to be the new top boss of the Rijksmuseum. The decision to invite him was unanimous. He appeared, he shook hands with us, beaming and charming, and giving you the feeling that this was the moment he had always looked forward to. A Sunday's child in art history and the museum world.

As director general of the Rijksmuseum Henk van Os has worked very hard indeed to broaden the basis of the Rijksmuseum, the national basis in particular. Starting from the premiss that for the Netherlands the Rijksmuseum fulfils the role of National Treasury, he has developed a number of initiatives in the sphere of publicity, exhibition policy and the provision of information with the aim of making the museum better known and above all of increasing the number of Dutch visitors. Lowering the intellectual threshold only works well when the physical accessibility and the interior of the museum accord with today's demands. Thus the complete redesigning of the two main entrances and the large-scale renovation of the South Wing were the logical consequences of the policy he put into practice. Thanks to the Delta Plan for Cultural Preservation, it was possible to install an extremely expensive air-conditioning system in the South Wing, where the conservation conditions for the objects on display had actually been bordering on the inadmissible.

In his exhibition policy too Van Os struck out along a new path. For each big winter exhibition, beginning with Painters of Venice (1990-1991), a reputable designer was brought in. Each time the results were surprising and stimulating.

In the context of the proposed autonomy of the Rijksmuseum a heavy task lay before the newly-arrived director general in the field of fund-raising. During the period when the museum was under a government ministry external fund-raising was mainly involved in the acquisition of art objects. With the coming autonomy in view external financing would also become indispensable for the implementation of any museum activities other than the most basic tasks. In his recruiting of sponsors Van Os likewise let himself be guided by the premiss that the Rijksmuseum is the National Treasury. Thus he tried in the first instance to interest Dutch firms in sponsoring and with that he coupled the idea of broadening the basis within the Netherlands: only firms with a large workforce would be considered as sponsors. To guarantee continuity he aimed above all for long term sponsor-

ship contracts, his efforts being rewarded by, among others, Olivetti, KPN, the VSB Fund, KLM, Philips NV and Deloitte & Touche.

In the context of the generation of additional income for the museum a move, albeit a cautious one, was made in the direction of making museum areas available for receptions and dinners of third parties. However, on such occasions an introduction or a guided tour of part of the collection is always included. Since it can never be the intention for an institution such as the Rijksmuseum to be totally dependent on sponsors, a form had to be found whereby the museum could draw on a structural source of additional income. To this end The Rijksmuseum Fund, an Endowment Fund on the American model was established, the proceeds from which could provide additional resources for Rijksmuseum activities and acquisitions. Thanks to some substantial donations and bequests, this fund has by now acquired a basis from which the ultimate goal can be reached. Further growth is essential, however.

In the field of art-purchasing the Rijksmuseum is dependent to a great extent not only on what comes up on the art market, but above all on the financial possibilities. The quality of the existing collection is such that only masterpieces can be considered for filling gaps and improving that quality. These cannot possibly be acquired from the annual purchase grant made available by the State. Yet in the years during which Van Os has been at the helm the museum has made a number of impressive acquisitions. Here it is thanks to his personal endeavours that it became possible, with a sizable contribution from the government, to acquire Rembrandt's brilliant portrait of Johannes Wtenbogaert: a national figure in the National Treasury. I can still see us, members of the Board of the Prins Bernhard Fonds, descending into the catacombs of the Rijksmuseum like a little band of conspirators to come face to face a moment later with the superb portrait and to listen to Henk van Os's emotional and spell-binding exposition. As we went up the stairs again, we knew it: that money was out of our hands.

A Sunday's child, then. But I am a bit hesitant. The carefree impression, the optimism that he radiates and his undoubtedly great success argue in that direction. But anyone who knows him better, also knows his originality wrested from knowledge, his self-imposed hard work and even a tendency to worry. To give a general characterization in a single word is impossible. Individual and authentic – like any man of genuine stature.

Theo Quené
Chairman of the Board of Trustees
of the Rijksmuseum, Amsterdam