

POINT of view¹³

The Mackintosh Legacy: Celebrations and Challenges

Peter Trowles

Mackintosh Curator at the Glasgow School of Art
and President of the Réseau Art Nouveau Network
P.Trowles@gsa.ac.uk

On 20 December 2009, the Glasgow School of Art celebrated the centenary of its world famous Mackintosh building (as designed by Charles Rennie Mackintosh) with a series of high profile public events. This was the culmination of the *Mackintosh 100* programme of activities that had engaged various artistic and cultural partners across Glasgow, and beyond, to help recognise this important date in the school's illustrious history. There were exhibitions, educational programmes, special tours and lectures, and a major television documentary. Meanwhile, in London, a special blue commemorative plaque was unveiled in recognition of Mackintosh's time spent working in the English capital, towards the end of his career, between 1915 and 1923.

The *Mackintosh 100* programme was co-ordinated by the Mackintosh Heritage Group (representing all of Glasgow's Mackintosh visitor attractions), with the support of other agencies with a commitment to culture and tourism, including

EventScotland, VisitScotland and the Glasgow City Marketing Bureau. As a year-long festival, *Mackintosh 100* was also part of Homecoming Scotland – a Scottish Government initiative to motivate people of Scottish descent, as well as those who simply love Scotland, to come “home to Scotland” and join in a national celebration of Scottish culture and heritage.

Mackintosh 100 also formed part of a Mackintosh 5-year Development Plan (2008-13), which was drafted to maximise the

The recent promotion of Glasgow's built heritage has been central to the city being considered a “must see” destination

legacy of Glasgow's greatest architectural and design icon. In doing so, it hoped to attract additional visitors to the city, thereby increasing Mackintosh-related tourism.

The Mackintosh Heritage Group received €30,000 in funding

from the VisitScotland Growth Fund – money available for well researched, new and collaborative marketing projects from groups



The new Mackintosh Furniture Gallery at the Glasgow School of Art / Nova galeria de mobiliari de Mackintosh, a la Glasgow School of Art

© Andrew Lee

El llegat de Mackintosh: celebracions i reptes

Peter Trowles
Curador Mackintosh a la Glasgow School of Art,
president del Réseau Art Nouveau Network
P.Trowles@gsa.ac.uk

El 20 de desembre de 2009, la Glasgow School of Art va celebrar el centenari del mundialment famós Edifici Mackintosh (dissenyat per Charles Rennie Mackintosh), amb un seguit d'actes públics. Fou la culminació del programa d'activitats *Mackintosh 100*, que amb la participació de nombrosos col·laboradors de l'àmbit artístic i cultural de Glasgow i de més enllà, ha volgut contribuir al reconeixement d'aquesta data memorable en la il·lustre història de l'escola. S'han fet exposicions, programes educatius, conferències i un reportatge televisiu. A Londres s'ha col·locat una placa commemorativa en reconeixement del temps que Mackintosh va treballar a la capital anglesa, cap al final de la seva carrera, entre 1915 i 1923.

El Mackintosh Heritage Group (Grup del Patrimoni Mackintosh, que representa tots els espais Mackintosh d'interès de Glasgow) va coordinar el programa *Mackintosh 100* amb el suport d'altres entitats compromeses amb la cultura i el turisme, com EventScotland, VisitScotland i l'Oficina de Màrqueting de Glasgow. El festival s'ha desenvolupat al llarg de tot un any i ha format part també de *Homecoming Scotland*, una iniciativa del Govern escocès per animar les persones d'origen escocès, així com també altres enamorats d'aquest país, a "retornar a Escòcia" i unir-se a una celebració nacional de la cultura i el patrimoni escocesos.

Mackintosh 100 formava part també d'un Pla de Desenvolupament Mackintosh quinquennal (2008-2013), dissenyat per maximitzar el llegat de la figura més important de l'arquitectura i el disseny de Glasgow. L'objectiu era atraure més visitants a la ciutat, incrementant així el turisme interessat en Mackintosh. El Mackintosh Heritage Group va rebre una aportació

econòmica de 30.000 € del VisitScotland Growth Fund (Fons de creixement VisitScotland), uns diners destinats a nous projectes conjunts de màrqueting i amb una recerca rigorosa de grups d'empreses turístiques que operen en l'àmbit local, regional o nacional. Un estudi de VisitScotland va mostrar que "el 70 % dels turistes que visiten Escòcia consideren la cultura i la tradició com un motiu important o molt important per visitar-la, mentre que el 87 % consideren que hi ha un ventall de coses per veure i per fer tant o més importants" (*VisitScotland visitor survey*, desembre de 2008).

Està clar que la promoció que s'ha fet darrerament del patrimoni arquitectònic de Glasgow ha estat fonamental perquè la ciutat sigui vista com un destí imprescindible, i el 2009 la guia de viatges *Lonely Planet* situava Glasgow com "...una de les 10 principals ciutats del món per visitar, a l'altura de Chicago, Lisboa i Mèxic".

Les primeres prediccions han suggerit que el programa *Mackintosh 100* impulsaria l'economia local en més de 300.000 €, atrauria 3.500 visitants més a Glasgow, i ajudaria a vendre més de 2.000 nits addicionals als hotels de la ciutat. Al llarg del 2010 es publicarà un informe d'avaluació detallat.

Amb tot, l'augment de visitants i de l'ocupació hotelera no sempre implica l'èxit de tot el sector patrimonial d'una ciutat. Quan els visitants



Exterior of The Lighthouse
Exterior de The Lighthouse



Glasgow School of Art. The new Mackintosh Shop and Interpretation Centre
La Glasgow School of Art, nova botiga i centre d'interpretació Mackintosh



The Mackintosh Church (Queen's Cross) during the Kimono-Mackintosh event / L'Església Mackintosh (Queen's Cross) durant l'activitat "Kimono-Mackintosh"

of tourism businesses with a strong consumer focus that operate at local, regional or national levels. A VisitScotland survey found that "70% of tourists to Scotland rated culture and tradition as an important or a very important reason for visiting, while 87% rated having a variety of things to see and do as important or higher" (*VisitScotland visitor survey, December 2008*).

Certainly the recent promotion of Glasgow's built heritage has been central to the city being considered a "must see" destination, and in 2009 the *Lonely Planet* travel guide cited Glasgow as being "one of the world's top 10 cities for visitors – on a par with Chicago, Lisbon and Mexico City".

Early predictions have suggested that the *Mackintosh 100* programme would boost the local economy by over €300,000, bring in an additional 3,500 visitors to Glasgow, and help sell over 2,000 extra nights in the city's hotels. A detailed evaluation report is to be published later in 2010.

However, increased visitor numbers and busier hotels does not always equate to significant success across the whole of a city's heritage sector. Faced with an excess of "things to do" in a city, many visitors, and particularly those staying for just a day or two, may well simply decide to focus on one-off "blockbuster" events at the expense of "normal" visitor attractions that could always be visited on a return trip.

So how easy is it for festival events such as *Mackintosh 100* to have a positive impact on everyone? Maybe not as easy as one would at first think. A larger, more established venue or attraction

is likely to be able to maximise the associated media and marketing hype to a much greater extent than a smaller venue with far fewer resources to hand that might only see a notional increase in visitor numbers and business activity. So the gulf between small and large attractions might actually increase!

And it is not always about simply getting people through the door. An attraction that is either free to enter, or charges little in the way of a ticket price, usually has to generate substantial income from elsewhere; and, in times of financial crisis and world recession, running a heritage attraction can suddenly become ten times more onerous. Sponsorship becomes difficult if not impossible, plunging interest rates deliver minimal returns on endowments and other investment policies, whilst the average tourist or visitor may well have less money to spend than in previous years.

These external factors are likely to be amongst a number of other complex reasons why The Lighthouse – Scotland's Centre for Architecture, Design and the City, based in the former *Glasgow Herald* newspaper office, designed by Mackintosh and a key visitor attraction since it opened to the public in 1999 – went into administration in 2009. The good news, however, is that The Lighthouse itself has remained open ever since. It has recently been handed back to Glasgow City Council with one floor level now part of Architecture and Design Scotland, a public body funded by the Scottish Government to promote architecture, design and planning in the built environment.

16 PUNT DE VISTA

es troben amb un "excés" d'oferta d'activitats, és possible que molts d'ells, i sobretot aquells que hi passen només un o dos dies, decideixin participar en algun esdeveniment puntual especial en lloc de visitar les atraccions turístiques "normals", que sempre podran veure en una altra ocasió.


Així doncs, fins a quin punt pot un festival com *Mackintosh 100* tenir un impacte positiu per a tothom? Potser no és tan fàcil com d'entrada podríem pensar! Segurament un espai o una atracció més gran, més consolidada, pugui maximitzar el desplegament de mitjans i de màrqueting molt més que un espai petit amb molts menys recursos, que només experimentarà un increment hipotètic de visitants i de negoci. De manera que l'abisme entre les petites atraccions i les grans pot, en realitat, fer-se encara més pregon!

I no sempre es tracta només d'aconseguir tenir més visites. Una atracció gratuïta o barata, normalment ha de generar ingressos d'alguna altra manera, i en un moment de crisi i de recessió mundial, gestionar una atracció patrimonial pot esdevenir deu vegades més oneros. Aconseguir patrocinis es fa difícil, quan no impossible, els baixos tipus d'interès reporten uns beneficis mínims a les donacions i altres polítiques d'inversió, alhora que el turista mitjà segurament té menys diners per gastar que en anys anteriors.

Probablement aquests factors externs es compten entre el ventall de raons complexes que expliquen per què The Lighthouse (Centre Escocès per a l'Arquitectura, el Disseny i la Ciutat), amb seu a l'antiga oficina del diari *Glasgow Herald*, dissenyada per Mackintosh i una atracció turística clau des que va obrir les portes al públic el 1999, va passar a ser gestionat per l'Estat el 2009. Les bones notícies, però, són que The Lighthouse ha seguit obert des d'aleshores. Recentment ha estat retornat a l'Ajuntament de Glasgow amb una planta que ara pertany a Architecture and Design Scotland, una entitat pública finançada pel Govern escocès per promoure l'arquitectura, el disseny i la planificació en l'entorn urbà.

Fins i tot la Societat Charles Rennie Mackintosh, amb seu a Glasgow i amb més de 1.500 membres, ha admès que les quotes dels socis no bastaran mai per afrontar les substancials despeses de gestionar la seu de la Societat, l'Església Mackintosh (antigament coneguda com l'Església de Queen's Cross), dissenyada per l'arquitecte el 1897. El nou pla econòmic de la Societat reflecteix la necessitat de diversificar les fonts d'ingressos i generar-ne de noves aconseguint més públic, i els primers indicadors suggereixen que és perfectament factible. Malgrat aquests reptes financers, el 2009 l'Església Mackintosh va celebrar el seu 110è aniversari i, com la Glasgow School of Art, afronta ja els propers cent anys.

Sens dubte apareixeran encara nous reptes. Una gran exposició sobre Mackintosh que s'havia de fer a Barcelona els anys 2011-2012 ha hagut de ser ajornada. Estava previst que fos l'esdeveniment més important d'aquest tipus des que els Museus de Glasgow van presentar la seva gran exposició a les Galeries McLellan de la ciutat el 1996; una exposició que va rebre més de 200.000 visitants. El projecte de Barcelona havia de ser finançat per una important entitat financera catalana, però un dels primers àmbits que ha patit les conseqüències de la crisi bancària mundial de 2008 i 2009 ha estat el patrocini de les arts i la cultura. L'exposició s'acabarà fent, però el calendari dependrà en última instància d'unes persones i unes organitzacions globals, algunes de les quals molt allunyades del món de l'art, el patrimoni i el turisme cultural.

Actualment, Charles Rennie Mackintosh pot ser una "marca" cultural d'atractiu mundial, però per a aquells que tenen la tasca de preservar el seu patrimoni, les forces del mercat seran decisives. Segur que d'aquí a cent anys, Glasgow celebrarà el 200 aniversari tant de l'Edifici Mackintosh de la Glasgow School of Art com de l'Església Mackintosh, sens dubte, en col·laboració amb The Lighthouse. L'única cosa que podem dir amb certesa és que en els propers cent anys probablement hauréu d'afrontar tants reptes com en els darrers. 

www.crmsociety.com



Unveiling of the Mackintosh plaque in London, 10 December 2009 / Descoberta de la placa Mackintosh a Londres, 10 de desembre de 2009

POINT OF VIEW 17




Exhibition opening at The Lighthouse / Inauguració d'una exposició a The Lighthouse

Even the Glasgow-based Charles Rennie Mackintosh Society with over 1,500 loyal members has accepted that membership fees alone will never be enough to meet the substantial costs of running the Society's home in the Mackintosh Church (formerly known as Queen's Cross Church), designed by Mackintosh in 1897. The Society's new business plan reflects the need to diversify its income stream and generate new monies through new audiences, and early indications suggest this is perfectly feasible. Despite these financial challenges, the Mackintosh Church celebrated its 110th anniversary in 2009 and, like the Glasgow School of Art, is looking forward to the next 100 years.

Inevitably there will more challenges to face. A major Mackintosh exhibition planned for Barcelona in 2011-12 has had to be deferred. It was scheduled to be the largest such event since Glasgow Museums' 1996 blockbuster exhibition in the city's McLellan Galleries, which was visited by over 200,000 people. Funding for the Barcelona project was to have been provided by a major Catalan financial institution, but with the worldwide banking industry in crisis during 2008 and 2009, sponsorship of arts and cultural events was one of the first sectors to suffer. The exhibition will eventually take place but the timing will ultimately rest with individuals and global organisations, some far removed from the business of arts, heritage and cultural tourism.

Today, Charles Rennie Mackintosh may be a cultural "brand" with worldwide appeal but for those who are tasked with preserving his heritage, the market forces that dictate whether

there is "boom" or "bust" will be critical. Around the turn of the next century, Glasgow will no doubt be celebrating the 200th anniversaries of both the Mackintosh Church and the Mackintosh Building at the Glasgow School of Art, undoubtedly in partnership with The Lighthouse. All one can say in confidence is that the next 100 years are likely to be as challenging as the last. 

www.crmsociety.com



Children displaying their Mackintosh-inspired cakes at the Willow Tea Rooms
Uns infants preparen la presentació de pastissos inspirats en Mackintosh a les Willow Tea Rooms