

Stichting Kunsthuis  
**‘De Permanente’**

1994 - 2009



JOHAN MEIJERING



Stichting Kunsthuis  
**'De Permanente'**

1994 - 2009

*Johan Meijering*

**Colofon**

ISBN: 978 90 8314709 3

2021

© 2021 Johan Meijering

Samenstelling: Drs. J.L. Meijering

Deze publicatie is tot stand gekomen onder auspiciën van de Johan Meijering Stichting.

Inhoudelijke verantwoordelijkheid en aansprakelijkheid ligt bij de auteur/samensteller.

Deze heeft alle mogelijke moeite gedaan om rechthebbenden van copyright/beeldrecht te achterhalen.

Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd, opgeslagen in geautomatiseerde gegevensbestanden en/of openbaar gemaakt door middel van druk, fotokopie, microfilm op op welke wijze dan ook. zonder voorafgaand schriftelijke toestemming van de auteur/samensteller.

Type- en zetfouten voorbehouden.





Deze publicatie is tot stand gekomen onder auspiciën van de Johan Meijering Stichting, die op 9 november 2017 in Groningen is opgericht. De stichting beheert het Cultureel Erfgoed van drs. Johannes Lourens Meijering, geboren te Kampen op 19 maart 1947, wonende te Groningen. Het levenswerk van Johan Meijering beslaat een tijdsbestek van 1964 t/m 2019 en bestaat uit negen uiteenlopende projecten op cultureel en maatschappelijk gebied.

De stichting heeft ten doel:

- a het bijeenbrengen en behouden van alle zaken die betrekking hebben op het immaterieel en cultureel erfgoed van Johan Meijering en/of aan hem gerelateerde onderwerpen;
- b het verrichten van alle verdere handelingen, die met het vorenstaande in de ruimste zin verband houden of daartoe bevorderlijk kunnen zijn.

De stichting tracht haar doel onder meer te verwezenlijken door:

- a het onderhouden, in stand houden en exploiteren van de website: [www.johanmeijeringstichting.nl](http://www.johanmeijeringstichting.nl);
- b het publiceren of doen publiceren over Johan Meijering dan wel zijn ideeën, visies en overtuigingen;
- c het opsporen en registreren en het zo mogelijk in eigendom, bezit of bewaring verkrijgen van voorwerpen, documenten en afbeeldingen, die voor genoemd erfgoed van Johan Meijering van historische betekenis zijn;
- d het uitgeven en publiceren van artikelen en nieuwsberichten over de ideeën, visies en overtuigingen van Johan Meijering;
- e het waarborgen van de continuïteit van al het voorgaande en het zijn van een veilige bewaarplaats voor alle zaken die Johan Meijering aangaan, waaronder publicaties, boeken, foto-, beeld- en archiefmateriaal, en alle andere wettige middelen.

### **Cultureel erfgoed**

Op 25 november 2014 zijn diverse culturele activiteiten van Johan Meijering in de periode 1964-2020 door het Regionaal Historisch Centrum 'De Groninger Archieven' erkend als cultureel erfgoed. De archieven van Dansclub Kuifje '64, International Police Association (IPA) en oprichting O.S.A. in de periode Leeuwarden én in de periode Groningen: Kijkbungalow Minerva, Kunst & Kunst, Kunsthuis De Permanente, stichting La Pasi3n, stichting Do, stichting Echt/Vals i.o, Altink Affaire II (kunstvervalsingszaak De Groninger Ploeg), La Nueva Pasi3n, stichting 'Staakt het Vuren' en 'Forum Groningen' zijn door Meijering aan dit historisch centrum geschonken. De archieven van al deze projecten zullen worden overgedragen en ondergebracht bij de 'Groninger Archieven' in het 'Archief Johan Meijering'. (19-03-1947). Ook het archief van de ouders van Johan Meijering, Willem Meijering (Zuidlaren, 23 februari 1919 Doetinchem, 13 juni 2004) en Dina Meijering-van Gelder (Beilen 17-09-1920 Roosendaal 01-06-1998) zijn door de erfgenamen in 2020 geschonken aan de 'Groninger Archieven' en zullen volgens de collectiebeheerder particuliere archieven op 7 mei 2020 eveneens worden opgenomen in het 'Archief Johan Meijering'.

# Inhoud

<b>Voorwoord</b>	5
<b>Inleiding</b>	6
<b>1993</b>	
1 'Extra werkgelegenheid' <i>Nieuwsblad van het Noorden, vrijdag 17 december 1993</i>	8
<b>1994</b>	
2 'Groningers kopen kunst. Desnoods op afbetaling' <i>Nieuwsblad van het Noorden, donderdag 24 maart 1994</i>	9
3 De wereld van de Kunst <i>Cultimo, Groninger Cultuurmagazine, april 1994</i>	20
4 Oprichting en doelstelling Stichting Kunsthuis De Permanente 27-04-1994	22
5 Uitnodiging officiële opening eigen pand 08-09-1994	23
6 Nieuwsbrief Stichting Kunsthuis De Permanente 'Ze springt er helemaal uit', september 1994	24
7 Nieuwsbrief Kunsthuis De Permanente oktober 1994, nummer 1	42
8 Samenwerking Zwartwoud Hoza Sales BV	
8.0 Introductie	47
8.1 Uitnodiging jubileum Zwartwoud Hoza Sales BV, 30-09-1994 Viering 70-jarig bestaan en behalen ISO 9002-certificaat	50
8.2 Zwartwoud heeft alle rededen om feest te vieren <i>Nieuwsblad van het Noorden, 18 oktober 1994</i>	52
8.3 Programma Open Dag, 21-10-1994	53
8.4 Draaiboek Open Dag, 21-10-1994	54
8.5 Groninger wint designprijs <i>Nieuwsblad van het Noorden, 7 november 1994</i>	55
8.6 Wout Wessemsius wint Zwartwoud Designprijs <i>Loeks, woensdag 9 november 1994</i>	56

9	Nieuwsbrief Stichting Kunsthuis De Permanente november 1994, jaargang 1, nummer 2	58
---	--	----

**1995**

10	‘Wij fungeren eigenlijk als intermediair tussen bedrijven en kunstenaars’ <i>Consigne, januari 1995</i>	62
----	---	----

11	Nieuwsbrief Stichting Kunsthuis De Permanente september 1995, jaargang 2, nummer 6	64
----	---	----

12	Nieuwsbrief Stichting Kunsthuis De Permanente oktober 1995, jaargang 2, nummer 7	68
----	---	----

**2005**

13	Permanente gaat dicht <i>De Groninger Gezinsbode, vrijdag 16 december 2005, voorpagina</i>	72
----	---	----

**Bijlagen**

1	Uittreksel uit het handelsregister van de Kamer van Koophandel 01-04-2008	74
---	--	----

2	Medewerkers Stichting Kunsthuis De Permanente 05-04-1995	76
---	---	----

3	Kunst & Commercie Een productieontwikkelingsverslag van het project ‘De Permanente’ Fedde Benedictus, 26-01-1995	77
---	--	----

	<b>Curriculum Vitae Johan Meijering</b>	145
--	---	-----

	<b>Verschenen boeken</b>	151
--	--------------------------	-----

DE PERMANENTE

# Voorwoord

Als voorzitter van de op 9 november 2017 opgerichte Johan Meijering Stichting mag ik deze publicatie ‘Kunsthuis De Permanente’ namens de Johan Meijering Stichting presenteren.

Deze publicatie is onderdeel van een reeks over de vele culturele activiteiten van Johan Meijering, geboren in Kampen op 19 maart 1947. De Stichting tracht haar doel te verwezenlijken door onder meer ‘het uitgeven van artikelen en nieuwsberichten over de ideeën, visies en overtuigingen van Johan Meijering’.

In deze zelfstandige publicatie wordt aandacht geschonken aan het derde initiatief van Johan Meijering in Groningen.

Direct na zijn vertrek uit Leeuwarden in 1990 zette hij zich evenals in Leeuwarden jarenlang in als vrijwilliger op cultureel gebied.

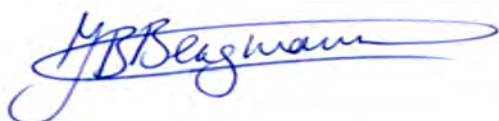
Dit nieuwe derde project in Groningen ontstond tijdens zijn eerste Groninger project ‘Kijkbungalow Minerva (1991-1995), een landelijke primeur op woongebied en gratis informatiecentrum met wisselende tentoonstellingen.

De ervaringen van het tweede project, de kunstwinkel ‘Kunst & Kunst’ in 1993, een landelijke primeur in de kunstwereld werkte inspirerend.

In 1994 volgde het derde culturele project van Johan, de oprichting van het Kunsthuis ‘De Permanente’.

De originele documenten en deze digitale publicatie zullen worden overgedragen aan het Regionaal Historisch Centrum de Groninger Archieven in Groningen, als onderdeel van een ‘Cultureel testament’ registratienummers 2020.009 d.d. 22-01-2020 en 2021.075 d.d. 12-07-2021.

Namens het bestuur van de Johan Meijering Stichting wens ik u veel leesplezier.



Drs. Benn Bergmann, voorzitter  
Groningen, 5 mei 2021

## Inleiding

Midden in de succesvolle periode van de Kijkbungalow Minerva in Hoogkerk (1991-1995) ontstond er opnieuw een bijzonder initiatief dat uitmondde in een nieuw creatief project. Een opeenstapeling van creatieve impulsen volgde.

Door de vele contacten met beeldend kunstenaars en het respect dat Johan had voor deze creatieve mensen, werd hij eind 1993 initiatiefnemer en mede organisator van de kunstwinkel van beeldend kunstenaars 'Kunst & Kunst' aan de Grote Markt 43A in Groningen.

Tijdens de Kijkbungalowperiode onderhield hij veelvuldig contact met de participanten van de Kijkbungalow. Zo ook met Anneke en Ruud Jansen, die onder de naam Jansen en Jansen vol verve een art-, trend- en designwinkel aan de Grote Markt nr. 43 runden op de begane grond. Johan raakte bevriend met dit echtpaar. Zij waren een van de sponsors van de Kijkbungalow Minerva.

Boven hun zaak aan de Grote Markt 43A hadden ze een prachtige, geheel verbouwde ruimte tot hun beschikking, waar zij graag een brasserie wilden vestigen met de naam 'Buitenzorg'. De ruimte was bereikbaar met een nostalgische lift. De gemeente Groningen stak daar een stokje. Tot hun spijt wilde de gemeente hiervoor geen vergunning verlenen. Het gevolg was dat deze ruimte op een unieke locatie in het hartje van de binnenstad al geruime tijd leegstond.

Johan stelde het echtpaar voor om hun ruimte permanent als expositieruimte te gaan gebruiken met wisselende exposities, betaalbare kunst voor een breed publiek. Dit zou een extra toestroom van publiek opleveren naar het pand. Hij bood aan hen daarbij te helpen en te adviseren. Het echtpaar Jansen was direct enthousiast. Vervolgens nam Johan contact op met beeldend kunstenaars die hij inmiddels had leren kennen via zijn Kijkbungalow Minerva (1991-1995). Door vele kunstenaars werd er zeer positief op dit initiatief gereageerd.

Kort voor de kerstdagen werd op donderdagavond 16 december 1993 de kunstwinkel officieel geopend door Mirjam de Meijer, gedeputeerde Cultuur van de provincie Groningen. De eerste wisselende tentoonstelling was een feit met een expositie van elf beeldend kunstenaars uit de stad Groningen en de regio.

Er zouden nog vele succesvolle wisselende exposities volgen. De eerste Nederlandse kunstwinkel was geboren, een supermarktidee met voortdurend wisselende kunstenaars. Via een eigen ingang kon de kunst-

winkel zeven dagen per week worden bezocht. De exposerende kunstenaars waren afwisselend zelf bij toerbeurt aanwezig en verkochten hun werk rechtstreeks aan de consument. Deze opzet eindigde op 1 maart 1994. Het initiatief werd voortgezet in een stichtingsvorm.

Op 27 april 1994 werden de activiteiten in het pand Grote Markt 43A in Groningen ondergebracht in de door Johan Meijering opgerichte 'Stichting De Permanente'.

Een aantal kunstenaars ging daarna haar eigen weg met de opgedane ervaringen en vertrokken als project 'Kunst & Kunst' naar een pand in de Folkingestraat in Groningen. In oktober 2006 vierde de kunstwinkel 'Kunst & Kunst' haar 12,5 jarig jubileum met een jaarlijkse Wintersalon.

De activiteiten van de 'Stichting De Permanente' breidden zich snel uit, de ruimte aan de Grote Markt 43A werd te klein. Door het initiatief van Johan ontstond er in 1994 een bijzondere samenwerking met het bedrijf Zwartwoud Hoza Sales BV (zie paragraaf 8).

Er werd door het bestuur van de Stichting een nieuwe passende ruimte gevonden en de activiteiten verplaatsten zich van de Grote Markt 43A naar een eigen pand.

### **Officiële opening**

De stichting vestigde zich voor ruim tien jaar in een huurpand, Kreupelstraat 12 in het centrum van Groningen. Op donderdag 8 september 1994 werd Kunsthuis De Permanente officieel geopend door de heer K.W. Swaak, wethouder Cultuur van de gemeente Groningen. De openingsexpositie werd verzorgd door Pink Smeenge, Rob Koot en George van Engelen.

Johan zou bijna twee jaar lang voorzitter blijven en heeft toen de voorzittershamer overgedragen aan de vice-voorzitter Wim Eilering.

Kunsthuis De Permanente sloot 1 januari 2006 de deuren aan de Kreupelstraat. Zonder een structurele subsidie van de lokale overheid lukte het niet de expositieruimte open te houden.

De Permanente is blijven bestaan als trajectorganisatie voor kunstenaars, en werd ondergebracht bij het Kunstencentrum aan de Walstraat in Groningen.





■ Tot donderdag was het nog zoeken en zoeken. ©NvhN/Jan Zee-  
man

## 'Extra werkgelegenheid'

**G**edeputeerde Mirjam de Meijer opende gisteren de 'kunstwinkel' op de eerste etage bij Jansen & Jansen, waarover ik vorige week al schreef. 'Extra werkgelegenheid' zou ik het willen noemen, die fraaie ruimte waar een tiental kunstenaars hun produkten kunnen aanprijzen en verkopen.

Zeven volle dagen per week kan dat allemaal en er zullen - begrijp ik - doorlopend wisselende exposities zijn door andere, professionele kunstenaars.

Het is de bedoeling met name in het weekeinde aansluitende activiteiten te organiseren.



## 'Groningers kopen kunst. Desnoods op afbetaling'



■ André Hoornstra, tentoonstellingscoördinator van de Permanente: "Groningers kijken eerst de kat uit de boom, maar als ze 't echt willen hebben kopen ze wel kunstwerken." © EFG/Jan Willem van Vliet

**GRONINGEN** – Groninger kunstenaars gaan in zaken. Aan de Grote Markt in Groningen wordt binnenkort een kunst- en vormgevingswinkel gevestigd, waar doorlopend kunst verkocht wordt, onder de naam De Permanente. In een expositieruimte boven het pand Grote Markt 43 gaat de stichting De Permanente vanaf 14 april werken van groepen kunstenaars uit de noordelijke regio tentoonstellen en verkopen. Er komen maandelijks wisselende exposities van schilderijen, beelden, mode- en vormgevingsontwerpen. De Permanente zal geen 'voorraad' aanhouden, maar iedere maand een geheel nieuwe collectie tonen.

Initiatiefnemers van De Permanente zijn Johan Meijering, bekend van de kijkbungalow Minerva in Hoogkerk, Ruud Jansen van de winkel Jansen & Jansen, en André Hoornstra. De laatste is zelf beeldend kunstenaar, maar komt naar eigen zeggen al jaren nauwelijks meer toe aan zijn eigenlijke werk.

Hoornstra is mede-oprichter van galerie de Voorruit en

actief voor de Kunstenbond FNV. Daarnaast houdt hij zich bezig met diverse verkoopbevorderende initiatieven voor kunstenaars. Voor De Permanente, die zonder subsidies van start gaat, stelde Hoornstra een ondernemingsplan op.

Volgens Hoornstra ontbreekt het kunstenaars vaak aan een zakelijke instelling, terwijl dat van groot belang is voor hun inkomsten. De kunstacademies besteden volgens hem veel te weinig aandacht aan de zakelijke kant van het kunstenaarsvak. Bij De Permanente neemt de verkoop een prominente plaats in. Hoornstra wil "geen mooie exposities organiseren, waar vervolgens niets verkocht wordt". Er wordt rekening gehouden met de smaak van een breed publiek. En al kijken Groningers eerst de kat uit de boom, als ze het echt willen hebben kopen ze volgens Hoornstra wel kunst. Desnoods op afbetaling.

Door de centrale ligging van de winkel hoopt Hoornstra veel passanten te trekken. Niet alleen publiek uit de regio, maar ook Duitsers die de stad

aandoen rekt hij tot zijn doelgroep. Hoornstra denkt het Duitse publiek zeker iets te kunnen bieden, omdat bijvoorbeeld in Oldenburg weinig gebeurt op kunstgebied.

Voor de toekomst heeft Hoornstra nog diverse plannen met De Permanente. In september wil hij een workshop organiseren rond de Chinese kunstenaar Tian Wei, die momenteel in de Oosterpoort exposeert. Verder denkt hij aan verkoop van kunstwerken naar het voorbeeld van de Duitse Kunstvereine. De donateurs van deze verenigingen kunnen op speciale exposities met korting kunst kopen, of kunstenaars vragen iets speciaals te maken voor bijvoorbeeld feestdagen.

De Permanente opent op 14 april met een tentoonstelling van twintig kunstenaars, waaronder Sanne Wolf (mode), Elizabeth Diekstra en Klaas Bil (schilderijen), Anja de Vos-Bullinga (grafische ontwerpen) en Jan-Peter Langkamp (meubelen). Iedere middag, zeven dagen per week, is De Permanente geopend.

2) Nieuwsblad van het Noorden donderdag 24 maart 1994











DE PERMANENTE

























DE PERMANENTE







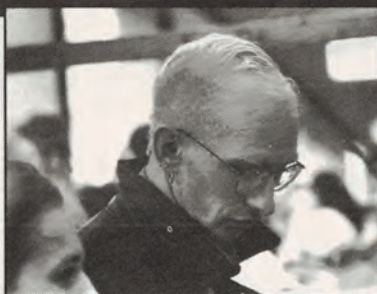




## De Wereld van de Kunst

**N**aast het zo succesvolle Groninger Museum kent de stad een uitgebreid galerie n-circuit. Nieuwe loot aan de stam is het kunsthuis de Permanente. Helemaal nieuw nou ook weer niet want de club onder leiding van André Hoornstra oefende al een jaartje aan de Grote Markt boven Janssen en Janssen, maar is nu afgedaald naar een luxueus pand aan de Kreupelstraat. 'Waar doen ze het van' vraag je je af, want de beeldende kunst is toch meestal geen vetpot. Dat betekent dus slim en inventief zijn en dat zijn Hoornstra en het bestuur van zijn stichting, waarin 'Kijkbungalow'-Johan Meyering een belangrijke rol speelt.

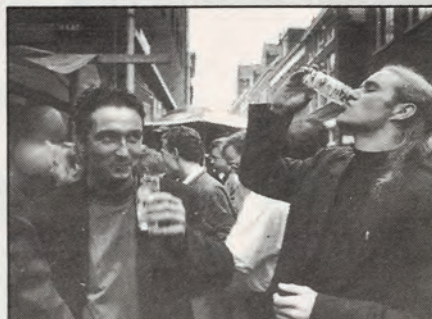
De laatste noemde in zijn openingstoespraak de Kreupelstraat al het Montmartre van Groningen. De Permanente wil namelijk meer dan een doorsnee-galerie zijn. Natuurlijk wordt er kunst geëxposeerd en verkocht, maar als voorzitter van de kunstbond FNV is Hoornstra er ook in geslaagd om van de Permanente een werkervaringsplek te maken. De hele zaak wordt gerund door banenpoolers en daarnaast ontving de stichting een startsubsidie van de gemeente Groningen. Ook liggen er lijnen naar het bedrijfsleven wat o.a. resulteerde in de Zwartwoud Hoza Designprijs, een jaarlijkse competitie voor meubelontwerpers en vormgevers. Lezingen, cursussen en manifestaties staan eveneens op het programma van de Permanente. Zo wil men volgend jaar een groot multi-media project rond het romantische thema 'Gothick' realiseren. Laat Hoornstra 'en consorten maar schuiven!



*Wilco de Jong is net afgestudeerd als beeldend kunstenaar en van hem gaan we, naar eigen zeggen, nog veel horen!*



*Pablo Ho-Ving en Frank Breuking nemen met hun klassiek kunstenaars-hoofddeksel alvast een voorschot op de Montmartre-plannen van Johan Meyering.*

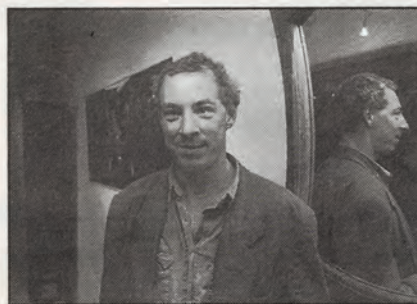


*Egebert Ipema, rechts, liet zijn haar groeien en vervulde na een carrière van 14 jaar als vertegenwoordiger een stille wens: hij is een eigen ontwerp bureau begonnen.*

*foto's: Coen Bekink*



*Meyering en Hoonstra zien de toekomst vrolijk tegemoet.*



*Exposant Pink Smeenge rilde zijn baan als boomchirurg in voor het kunstenaarschap en werkt dus voornamelijk met hout.*



*Ook wethouder Sivaak deelde in de feestvreugde.*



*Exposant Rob Koot bouwt zijn composities voornamelijk op uit zowel figuratieve als non-figuratieve elementen.*



*Exposant George van Engelen poseert voor een door hem ontworpen spiegel.*



## **Oprichting en doelstellingen Kunsthuis De Permanente**

Op 27 april 1994 werd Johan Mejering oprichter en voorzitter van de stichting Kunsthuis De Permanente en liet in een notariële akte de doelstellingen van de nieuwe stichting vast leggen.

Artikel 2 van de statuten van de stichting:

De stichting heeft ten doel het scheppen van een kunst- en vormgevingswinkel voor Groninger kunstenaars.

De stichting tracht haar doel te bereiken door:

- het bieden van een platform aan meubelontwerpers, vormgevers, beeldend kunstenaars, architecten, modeontwerpers en fotografen;
- het bevorderen van de bewustwording en het initiëren van verbanden tussen beeldende kunst en andere culturele uitingsvormen, hetgeen verwezenlijkt zal worden door het organiseren van tentoonstellingen, lezingen, workshops en het uitgeven van publicaties rond deze activiteiten;
- het bemiddelen en innoveren tussen potentiële opdrachtgevers en kunstenaars;
- de verkoop van kunstwerken;
- het creëren van een ontmoetingsplaats, waar vormgevers en kunstenaars uit verschillende disciplines elkaar kunnen treffen om contacten te leggen, inzichten uit te wisselen en samenwerkingsverbanden tot stand te brengen;
- het stimuleren van de ongedwongen ontmoeting en interactie tussen winkelend publiek en bedrijfsleven;
- het promoten van meubelontwerpers, vormgevers, beeldend kunstenaars, architecten, modeontwerpers en fotografen uit Noord-Nederland als economische en culturele vitaliteit naar buiten toe;
- door samenwerking met instellingen en organisaties die op soortgelijk gebied als dat van de stichting werkzaam zijn en zo mede middels alle andere wettige middelen die aan dit doel bevorderlijk kunnen zijn.

De gehele oprichtingsakte is opgenomen in paragraaf 10.

**Kunsthuis de Permanente springt er helemaal uit!**

**Overtuig uzelf en kom naar de officiële opening op 8 september a.s.**

**U bent van harte welkom vanaf 17.00 uur!**

**het programma:**

- 17.00 uur aanvang
- 17.30 uur welkomsvoorwoord door bestuursvoorzitter Johan L. Meyering
- 17.35 uur speech en openingshandeling door wethouder K.W. Swaak
- 18.55 uur laatste dans

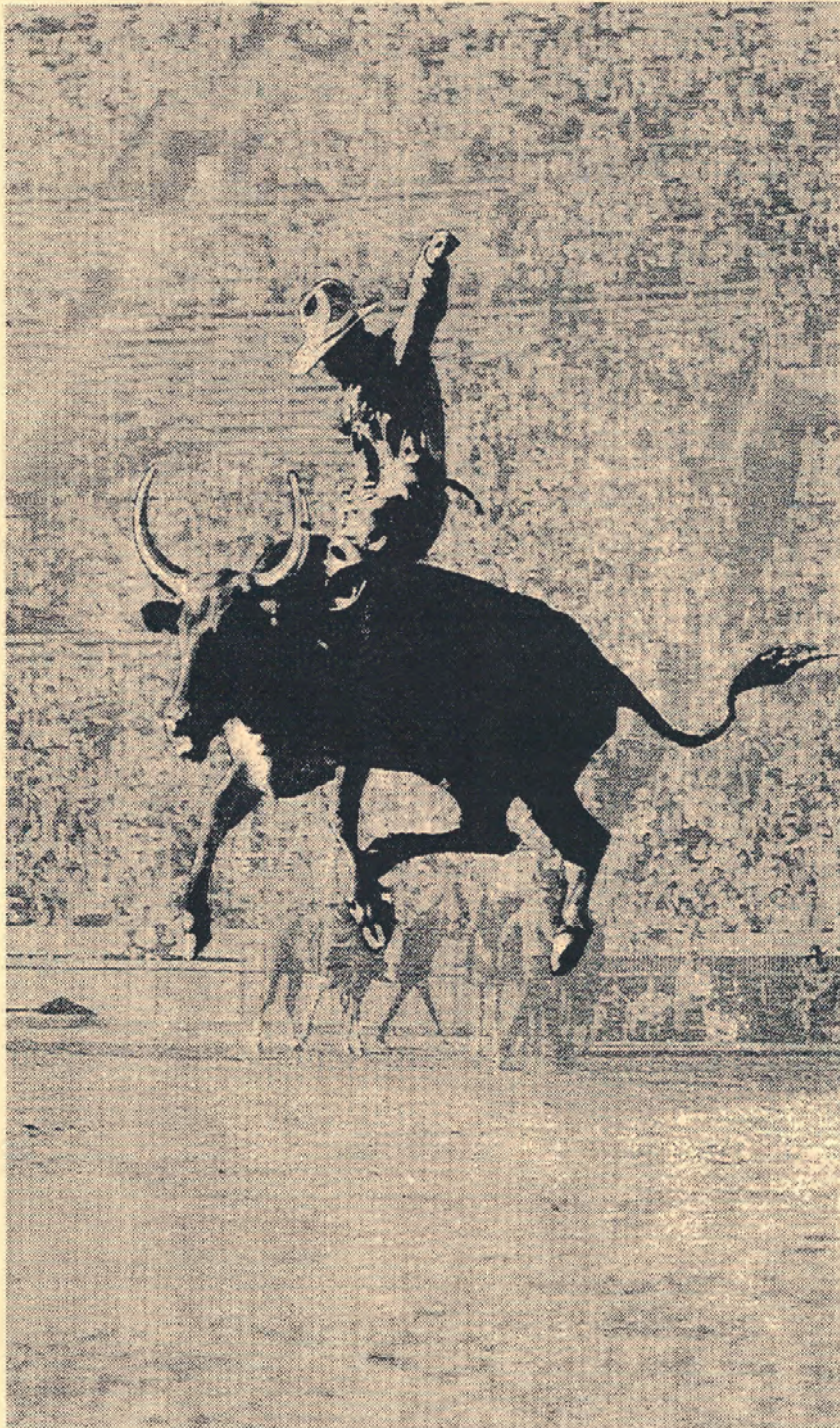
**De openings-expositie wordt verzorgd door Pink Sneenge, Rob Koot en George van Engelen**

Kunsthuis de Permanente, Kreupelstraat 12, 9712 HW Groningen, tel. 050-(3)189983

**Kunsthuis**

5) Uitnodiging officiële opening eigen pand 08-09-1994





**ZE SPRINGT ER HELEMAAL UIT!**

*Kunsthuis de Permanente, Kreupelstraat 12, 9712 HW Groningen tel. 050-(3)189983*



## **KUNSTHUIS DE PERMANENTE IS ALLES BEHALVE EEN DOORSNEE-GALERIE !**

### **EEN STUKJE GESCHIEDENIS**

*Stichting de Permanente begon haar carrière op 1 maart 1994 aan de Grote Markt 43A met als doel het scheppen van een kunst- en vormgevingswinkel voor Groninger kunstenaars. Tentoonstellingscoördinator André Hoorstra werkte aanvankelijk zeven dagen per week om het ideaal van de Permanente concrete vorm te geven, en hij had succes. Door consequente toepassing van een laagdrempelformule zowel naar het publiek toe als naar de in de Permanente exposerende kunstenaars en vormgevers, werd de galerie annex kunstwinkel al snel een begrip en haalde ze drie maal het bezoekersaantal van een gemiddelde Groningse galerie. Niet alleen particulieren vonden hun weg naar Kunsthuis de Permanente, ook het bedrijfsleven raakte geïnteresseerd. Meubelfabrikant Zwartwoud Hoza riep een prestigieuze designprijs voor noordelijk talent in het leven en besteedde de organisatie, voor de eerst komende vijf jaar uit aan De Permanente, waar dit jaar gedurende de maand november het beste op het gebied van noordelijke vormgeving te zien zal zijn.*

### **KUNST IS WERK**

*Als voorzitter van de kunstbond FNV had André Hoorstra echter nog iets anders voor De Permanente in petto. Behalve een laagdrempelig verkooppunt moest het kunsthuis ook een werkervaringsplek worden voor jonge mensen die beroepshalve of vanuit hun studieachtergrond een directe band met kunst en vormgeving of de infrastructuur daaromheen bezaten. Sinds de verhuizing in mei j.l. naar de Kreupelstraat 12 heeft een aantal van de aan De Permanente verbonden vrijwilligers zich opgewerkt tot een onmisbaar geworden management team, waarbij ieder MT-lid een specialisme voor zijn of haar rekening neemt en er tegelijkertijd ook veel gedeelde taken worden verricht, zoals het draaien van galeriediensten en het inwerken van nieuwe vrijwilligers. Het enthousiasme en doorzettingsvermogen van André Hoorstra blijken besmettelijk te zijn geweest voor de vrijwilligers van het MT, daarvan getuigt het grote aantal uren per week dat zij afzonderlijk aan de activiteiten van De Permanente besteden.*

### **IMPLEMENTATIE VAN DE DOELSTELLINGEN**

*Zoals gezegd bestond de ambitie van Kunsthuis de Permanente aanvankelijk uit het scheppen van een kunst- en vormgevingswinkel voor Groninger kunstenaars. Uit de middelen, opgenomen in de stichtingsstatuten, om deze doelstelling te verwezenlijken hebben zich in de afgelopen periode een aantal nevendoelestellingen ontwikkeld die in de nieuwe opzet van De Permanente evenveel nadruk zullen krijgen als het laagdrempelig verkooppunt. De hoofd- en subdoelstellingen van De Permanente werden tijdens de bestuursvergadering van 15 mei j.l. als volgt geformuleerd:*

*Stichting De Permanente wil een intermediair zijn tussen vormgevers en kunstenaars enerzijds en het publiek, het bedrijfsleven anderzijds. Deze brugfunctie beoogt naast het verspreiden van vormgevings- en kunstproducten ook het bieden van een additioneel inkomen aan de makers ervan.*

*1 De stichting wil daartoe een laagdrempelig verkooppunt exploiteren waar de kunst- en vormgevingsproducten worden verkocht.*

*2 De stichting spant zich in om ten gunste van vormgevers en kunstenaars opdrachten van publiek, bedrijfsleven en overheden te verwerven, dan wel daarbij te bemiddelen.*



3 De stichting functioneert als een dynamisch platform voor de uitwisseling van contacten, ideeën en ontwikkelingen tussen kunstenaars en vormgevers onderling en tussen deze groepen en het publiek, het bedrijfsleven en overheden.

Subdoelstelling 1 krijgt gestalte in het unieke expo-beleid van Kunsthuis de Permanente. Naast twee gewone galerieruimtes, één aan de straatzijde en één beneden in het souterrain, beschikt de Permanente nog over een kunstwinkel. In deze kunstwinkel, de 'Open Stock Shop', kunnen kunstenaars en vormgevers tegen een inbrenggeld van f30,- per maand en voorlopig slechts 20% provisie bij verkoop, één of meerdere kunstwerken of designstukken exposeren. De prijzen zijn zeer publieksvriendelijk en de rotatie van kunstwerken wordt goed verzorgd zodat de vaste klanten van De Permanente iedere maand een verrassend nieuw aanbod kunnen bekijken. Kunstenaars en vormgevers kunnen via de Open Stock Shop naamsbekendheid opbouwen, zij hebben de kans iets te verkopen en bovendien, indien dit speelt, te voldoen aan de sollicitatieplicht die hun uitkering met zich meebrengt, zonder hiervoor meteen honderden gulden te moeten ophoesten, zoals dat bij een gewone solo-expositie het geval is. Veel jong, pas afgestudeerd talent, voor wie deze conditie in het bijzonder aantrekkelijk is, maakte onlangs al z'n debuut bij De Permanente.

Subdoelstelling 2 vindt u terug in de Zwartwoud Hoza Designprijs. De Permanente organiseert in nauwe samenwerking met het bedrijf Zwartwoud Hoza de enige grote noordelijke competitie voor meubelontwerpers en vormgevers. Verder wil De Permanente het souterrain als vergader- en activiteitenruimte te verhuren aan derden. En om straks actief te kunnen bemiddelen tussen kunstenaars en opdrachtgevers wordt er momenteel gewerkt aan een overzichtelijk, op discipline gerangschikt, kunstenaars- en vormgeversbestand.

Een voorbeeld van subdoelstelling 3 is André Hoonstra's introductie van de MEMO-lessen in Groningen. Via de MEMO-lessen worden kunstenaars wegwijs gemaakt om zich als zelfstandige op de kunstmarkt te begeven en in hun eigen onderhoud te voorzien zodat hun afhankelijkheid van een uitkering kan worden afgebouwd of opgeheven. Behalve de MEMO-lessen organiseerde De Permanente al modeltekensessies, schrijversworkshops en vonden er tussen creatieven uit allerlei disciplines vruchtbare informele ideeuitwisselingen plaats. In december 1996 zal in Groningen een groot multi-mediaproject worden gerealiseerd rond het romantische thema 'Gothick'. Initiatief en ideeontwikkeling vonden plaats in Kunsthuis de Permanente, dat in dit project, dat een festival-achtig karakter zal krijgen, samenwerkt met het Centrum voor Beeldende Kunst Groningen, de Openbare Bibliotheek Groningen en schrijversgroep Het Literair Produkt. Dit project wordt een boeiend evenement voor zowel de serieuze kunstkenner als het grote publiek dat normaliter niet zo gauw een galerie bezoekt. Hiermee loopt De Permanente voorop op de inhoud van de deze zomer uitgebrachte cultuurnota voor Groningen, die een bredere spreiding van kunstactiviteiten en manifestaties onder het publiek beoogt. Het ligt verder in de planning dat er in het komende seizoen series lezingen worden geboekt en tevens is er een aanvang gemaakt met het organiseren van masterclasses en andere cursussen. Kortom: Kunsthuis de Permanente is geen gewone galerie, maar een initiatief dat er nu eens echt helemaal uitspringt!

**HET BESTUUR:** drs. Johan Meyering (voorzitter); Wim Eilering (vice voorzitter); Fokke Witteveen (penningmeester); drs. Adriëtte Hoppenbrouwers; Bea Buikema

**DE DIRECTIE:** André Hoonstra

**HET MT:** Tanja Sterk (expo-vormgeefster); Thea Veldkamp (coördinatrice dagelijks beheer) Benjamin Kluter (PR & multimedia-projecten)

**DE MEDEWERKERS:** Gerard Venema; Jeroen Goulooze; drs. Edith Knoop; Heli de la Fosse; Ger van der Heyde; Jolanda Germann; Charlotte Groenewold; Zita van der Linden; Justine Bakker; Machtelt de Vries



DE PERMANENTE

kunsthuis



DE PERMANENTE







































126













DE PERMANENTE









Stichting de Permanente



**Nieuwsbrief**

Kunsthuis

Port  
Betaald  
Groningen

plaats hier uw eigen ontwerp

**ZWARTWOUd**

**HOZA**

**Designprijs 1994**  
**In Kunsthuis de Permanente**  
**22 oktober - 6 november**  
 Uitreiking 5 november 16:00 in de Permanente

**Pagina 2: Interview met directeur Zwartwoud**

---

De Permanente Nieuwsbrief nummer 1, jaargang 1

Stichting de Permanente, Grote Markt 43 A (naar boven), 9711 LW Groningen, 050 146260

**Kunsthuis de Permanente**

**Bestuur:**

Johan Meijering  
 Wim Eilering  
 Ruud Luderus Jansen

**Medewerkers:**

André Hoomstra  
 Fedde Benedictus  
 Carolien Eernstman  
 Jolanda Germann  
 Jeroen Goulooze  
 José den Hartog  
 Ton de Kever  
 Esther Ledeboer  
 Tanja Sterk  
 Thea Veldman

**Redactie Nieuwsbrief:**

Carolien Eernstman  
 Jeroen Goulooze  
 Esther Ledeboer

**Bericht van de Permanente**

Voor u ligt de Permanente Nieuwsbrief nieuwe stijl. Ook de Permanente zelf zal de komende tijd de nodige veranderingen ondergaan. De eerste verandering bestaat uit het volgende: Wij heten tegenwoordig 'Kunsthuis de Permanente'.

Na een aanloopperiode om het gezicht van De Permanente te laten zien en naamsbekendheid te krijgen, is De Permanente toe aan de volgende stap: De Permanente als kunsthuis. De opzet van de Permanente om een toegankelijker verkooppunt voor kunst en vormgeving van noordelijke kunstenaars te zijn, wordt hierdoor verder uitgebreid.

Een combinatie van een galeriedeelte en een winkelachtig gebeuren (de Open-Stock-Shop) moet de verkoop van noordelijke kunst bevorderen. Enerzijds biedt Kunsthuis De Permanente een expositie van één of twee kunstenaars. Anderzijds kunnen er in de Open-Stock-Shop unieke kunstwerken worden gekocht tussen de f 25,- en f 500,-. Het één zal het ander versterken in verkoopbaarheid en kwaliteit en de doelgroep zal vergroot worden door de drempelverlaging. De Permanente kan hierdoor actiever helpen bij het verkrijgen van eigen inkomsten voor kunstenaars.

Werkgelegenheid voor kunstenaars brengt het creatieve proces op gang. De Permanente maakt daarom gebruik van meerdere mogelijkheden om dit te bereiken. Er worden contacten gelegd met het bedrijfsleven en voor kunstenaars organiseert de Stichting Memoles in Kunsthuis De Permanente de cursus 'Kunst is ondernemen, ondernemen is een kunst'. De kunstenaar moet tegenwoordig net zo zelfstandig zijn als de melkboer op de hoek. Bij wijze van spreken dan. Veel kunstenaars weten hier niet mee om te gaan doordat er op de kunstacademie weinig aandacht aan wordt besteed. Kunsthuis De Permanente wil hier iets aan doen.

Het Groningse bedrijfsleven kan door middel van kunst van de noordelijke kunstenaars uit De Permanente hun bedrijfsimago versterken. Tegelijkertijd leveren ze hun bijdrage aan de werkgelegenheid voor deze kunstenaars. Dit kan bijvoorbeeld door lid te worden van de Kunst Koop Club, door zich te verbinden aan een bepaalde tentoonstelling in het galerie-gedeelte of op de manier waarop de Zwartwoud Hoza Sales dat doet. Kunsthuis De Permanente organiseert in opdracht van dit vormgevers bedrijf de 'Zwartwoud-Hoza Designprijs 1994'. Hier doen ongeveer twintig noordelijke kunstenaars aan mee. Het is voor deze kunstenaars dé kans om hun ontwerpen aan het publiek en het bedrijfsleven te tonen. Hun ontwerpen zullen namelijk te zien zijn op de open-dag bij de firma Zwartwoud en op de tentoonstelling 'Zwartwoud-Hoza Designprijs 1994' die van 22 oktober tot en met 6 november in Kunsthuis De Permanente te zien is. Op zaterdag 5 november vindt daar ook de uitreiking van de Designprijs plaats.

De Permanente heeft zich vernieuwd als Kunsthuis, een uniek initiatief voor Groningen. Het logo is veranderd. 'Kunst, vormgeving en koffie' is 'Kunsthuis' geworden. Maar dit betekent niet dat u niet meer welkom bent voor alleen een kopje koffie!



## Interview met directeur Zwartwoud in kader van Designprijs 1994

**De vertaalslag van idee naar produkt**  
**Of:**  
**Waarom een uitvoerend bedrijf een Designprijs uitlooft**

Ze noemen zich vormgevers in metaal. Ze maakten de balies voor alle Shell-stations langs de snelwegen in Nederland en de interieurs voor alle Nederlandse postkantoren. Ook het interieur van de Anton Philipszaal in Den Haag is door de handen van de werknemers van Zwartwoud gegaan. Zwartwoud Hoza Sales voert voornamelijk ontwerpen uit die buiten de poorten van dat bedrijf gemaakt zijn. Door opdrachten kwam het bedrijf veelvuldig in contact met verschillende industrieel vormgevers verbonden aan diverse bureaus. Een aantal jaren geleden is Zwartwoud Hoza Sales de markt op gegaan met een eigen kantoormeubellijn: de Zetto serie. Maar weer is die serie buiten de poorten van het bedrijf ontworpen. Waarom looft dit bedrijf een Designprijs uit? De Permanente interviewde Ludo Zwartenkot, de directeur van Zwartwoud Beheer in het kader van de door hen uitgelooft Designprijs 1994.

De laatste vijftien jaar werkte het bedrijf regelmatig samen met industrieel vormgevers en bureaus die ook design doen. Die bureaus zochten soms weer contact met Zwartwoud Hoza Sales, omdat zij een uitvoerend bedrijf zijn. Uit die samenwerking ontstonden weer bepaalde produkten. Ludo Zwartenkot zegt hierover: *Het aardige van die samenwerking is dat wat er dan gemaakt wordt niet puur een stukje design is. Het is veel meer. Vooral als je ontwerpers hebt die kijken wat voor produktiemogelijkheden we hebben en daar gebruik van weten te maken. Het eindprodukt ziet er daardoor ten eerste beter uit. Ten tweede is het functioneler. Plus dat het makkelijker te produceren is, waardoor de kostprijs naar beneden gaat.*

*We kwamen er achter dat tijdens de opleiding industriële vormgeving in Eindhoven en Delft weinig onderwijs gegeven wordt in plaattechnieken. Men kent wel van die zware persen die in de autoindustrie en ook in de meubelindustrie gebruikt worden om een metaalplaat in een bepaald model te stampen, maar het nadeel van die machines is dat je meteen aan hele grote aantallen vastzit. Men heeft niet in de gaten dat men ook een mooie vormgeving kan maken met behulp van universele machines.*

*Het klinkt misschien raar, maar de ontwerpers moeten stomweg de fabriek in om te kijken wat onze machines kunnen, om zo op ideeën te komen. Sommige van de ontwerpers die dat deden, wisten de produkten die wij maakten te vertalen in totaal andere produkten. Zij lieten dan ontwerpen zien waarvan we dachten: 'Hoe is dat mogelijk?'*

*Omdat we geen eigen produkten maakten en altijd in opdracht van anderen moesten werken, waren we wel gedwongen om met onze opdrachtgevers mee te denken. In het begin werd er door onze technische mensen bijvoorbeeld gezegd 'Waarom moet daar nou een rond hoekje aan, dat kan toch ook wel gewoon gezet worden'. En als ze eenmaal zagen hoe het produkt er uit kwam te zien, was men er toch beretrots op. Heel wat anders dan dat prototype dat wij eerst bouwden. Daardoor krijg je dat men er open voor gaat staan. Ik denk dat dat het aardige is van samenwerken met goede ontwerpers.*

*Het is interessant om te zien wat ontwerpers met plaatwerk weten te doen. Voor de Anton Philipszaal hebben we alle wanden gemaakt van plaatstaal. Het is puur plaatstaal dat paars gespoten moest worden, en in de zaal zouden rode stoelen komen te staan. Dan denk je 'Hoe halen ze het in hun hoofd?' En de mensen die dat moesten maken, dachten ook 'Waar zijn we mee bezig? We zijn hier allemaal grote dozen aan het maken en dan allemaal paars. Wat lijkt dat wel niet?' Maar als je in de Anton Philipszaal het uiteindelijk resultaat ziet dan heeft het toch wel een fraaie uitstraling.*

Zwartwoud Hoza Sales werkt steeds samen met ontwerpers van buiten het bedrijf. Het bedrijf concentreert zich eigenlijk op de vertaalslag van idee naar constructie. Zowel de vormgevers als de werknemers van Zwartwoud Hoza Sales worden daardoor gedwongen om creatief te zijn. Beide partijen moeten zich flexibel opstellen. Is dat de basis voor de creativiteit binnen het bedrijf?

*LZ: Of dat nou een basis is? Het is een formule die we tot dusver steeds toegepast hebben. Dat is iets wat ons in het verleden is opgedrongen omdat we vanwege onze opdrachtgevers met verschillende vormgevers moesten samenwerken. Dat had als resultaat dat we steeds totaal verschillende produkten afleverden. Ik weet een aantal voorbeelden van grote meubelfabrikanten die vastlopen omdat ze jarenlang met dezelfde ontwerper werken en die ook in dienst hebben. Die ontwerper denkt steeds vanuit één stramien. Ik denk dat je dan beter naar een ander bureau kan gaan.*

*We hebben ook een eigen vormgever in dienst genomen. Niet om onze eigen ontwerpen te kunnen maken. Want ik blijf van mening dat je dat veel beter bij een extern bureau kan laten doen. Dan stel je als opdrachtgever zelf een pakket van eisen samen om aan te geven waaraan een produkt moet voldoen. Onze vormgever kan meehelpen om dat te formuleren. Daarna laat je een aantal bureaus een offerte maken en een presentatie houden.*

*Het kan best zijn dat bepaalde produkten die we hier nu maken over een aantal jaar gezien worden als kunst. Maar we zijn natuurlijk een klein bedrijf op dat gebied. We proberen een beetje eigenwijs te zijn en daarom proberen we om met produkten te komen waar een ander toch voor weg loopt, produkten die een ander ook veel moeilijker aan kan. We komen er de laatste tijd achter dat we een buitenbeentje zijn onder de meubelfabrikanten. Die hebben de afgelopen tien jaar geïnvesteerd in een strakke automatiseringslijn. Aan de ene kant van hun machines rolt er een plaat in en aan de andere kant komt er een kast uit. Hartstikke mooi, maar wij hebben daar nooit in geloofd. Bovendien hadden we daar ook de opdrachten niet voor. Daarin moet ik eerlijk zijn. Wij hebben daarom gekozen voor een hele flexibele automatisering. Daarvan plukken we nu de vruchten. We kunnen namelijk snel omschakelen van het ene produkt op het andere.*

*Al onze machines zijn computergestuurd. De tekeningen worden op het bedrijfsbureau gemaakt en worden meteen in de computer gestopt. We kunnen daardoor snel wijzigingen doorvoeren. En we kunnen gemakkelijk even tien andere modelletjes uit een serie er tussendoor laten rollen. We hebben dus een flexibel apparaat dat makkelijk aan de eisen van de klant kan voldoen. In de kleine series maakt ons dat uiteraard veel goedkoper. Die kleine series zijn toch heel aantrekkelijk vandaag de dag, want men wil graag een stukje herkenning aan zijn meubels. Dat kunnen wij heel gemakkelijk inbouwen.*

Zwartwoud Hoza Sales is ook begonnen met het produceren van een eigen serie kantoormeubelen onder de merknaam Zetto. Eerst had het bedrijf maar één meubellijn: de Zetto 2000. Dit jaar zijn jullie met een nieuwe lijn op de markt gekomen, de Zetto 3000. Is jullie eigen lijn het gevolg van de flexibiliteit die jullie in de loop van de tijd opgebouwd hebben?

*LZ: Ja, ik denk het wel. Als we niet zo flexibel waren geworden,*



dan hadden we nooit voor deze meubellijn gekozen. Er zitten vormdelen aan waar anderen nooit aan zouden beginnen. Bladen met rondingen en poten die taps toelopen. Dat zijn niet dingen die je zomaar één, twee, drie maakt. Daar moet speciaal gereedschap voor komen. Ik kan me heel goed voorstellen dat er mensen zijn die zeggen 'Wat een flauwekul, zet er maar een rechte poot onder dat werkt net zo'. Maar dat is nou net het stukje extra dat we er aan geven.

Beslist u zelf over de lijn die er gekozen wordt?

LZ: Dat doe ik niet alleen. Dat is een heel proces waar je doorheen gaat, samen met de ontwerpers van een bureau. De ontwerpers beginnen met een soort documentatie die niks met meubels te maken heeft. Met kleding bijvoorbeeld. Ze laten verschillende mensen zien en dan vragen ze: 'Welke mensen moet jouw meubelsegment aanspreken?' Dat zijn plaatjes die bijvoorbeeld gewoon uit modebladen gescheurd zijn. Vervolgens laten ze je allerlei materialen zien. Ook laten ze je interieurs zien, met truttige lampen bijvoorbeeld. Daar maak je keuzes tussen. En soms heb je wel eens dat je zegt 'Het zit ergens tussen die twee in' of 'Het zit in die mistige groep daar ergens'. Zo vernauw je je keuzes. Dat zijn hele leuke sessies om mee te maken. Je merkt daardoor dat je eigen invloed heel belangrijk is. Je kunt wel zeggen dat het de designer is die dat doet, maar je maakt zelf toch heel duidelijk de keuzes.

Daarnaast is het ook een soort versnelde kennismaking met elkaar en het is een manier om die kennismaking in banen te leiden. Als dat bureau voor de tweede keer een opdracht zou krijgen, hoeven we dat niet meer af te tasten.

Ludo Zwartenkot vindt dat je je wel moet bedenken dat het voor iemand met een puur technische opleiding moeilijk kan zijn om om te schakelen naar deze manier van produktbenadering. Zelf had hij eigenlijk ontwerper willen worden, maar volgens zijn vader was daar geen droog brood mee te verdienen. Hij heeft daarom een technische opleiding gevolgd en heeft vervolgens het bedrijf van zijn vader overgenomen. Hij is de derde generatie die hier zit.

Als directeur van dit bedrijf is hij één van de mensen geweest die de ontwikkeling naar een flexibele en creatieve produktbenadering in gang gezet heeft. Op die manier is het bedrijf in staat een groot deel van de uitstraling van de bedrijven waarvoor gewerkt wordt te bepalen.

LZ: Dat is dan ook de link tussen ons bedrijf en de Designprijs. Kijk maar eens naar de Zettoe 3000, één van onze eigen meubellijnen. Die is duidelijk organisch gevormd met zijn tapse poten en de bladen waar geen rechte hoeken aan zitten. Ook hebben we tamelijk organische kleuren gebruikt. Voor deze lijn hebben we met ontwerpers samengewerkt die heel duidelijk bezig geweest zijn met doorsnedes van plantenstelen, bomen en bladeren. Op een bepaald ogenblik hadden we drie ontwerpers aan het werk die alle drie hun eigen ontwerp gingen maken nadat het pakket van eisen was vastgesteld. Ze hebben dat pakket van eisen op hun eigen manier geïnterpreteerd. Die vormgevers hebben hun ontwerpen gepresenteerd, tot aan de maquettes toe. Daar hebben we een bepaalde keuze uit gemaakt. Dat was niet eens de keuze van 'Dat moet het worden', maar meer in de trant van 'Dat soort elementen spreken ons daar erg aan'. Daarna zijn ze weer met zijn drieën verder gegaan. Het resultaat was de Zettoe 3000.

Tijdens het ontwerpen van de Zettoe 3000 hadden we het nieuwe Gasuniegebouw in ons achterhoofd. En dat klopte achteraf ook wel, want de architecten van dat gebouw, Alberts en Van Huut, zijn hier een paar keer geweest en zij waren bere-enthousiast over ons meubilair. Ze vonden dat echt meubilair dat in hun gebouwen zou passen. Ze denken er nu over om dat voor al hun nieuwe gebouwen voor te schrijven. Maar de gebruikers moeten dat natuurlijk ook willen. Dat

is vaak wel eens een probleem. De gebruikers zeggen dan dat ze het wel aardig vinden, maar die kijken dan puur naar de functionaliteit. Volgens de NEN-normen moet een bureaublad 160 bij 80 zijn. Bij de Zettoe 3000 is dat niet zo makkelijk te meten. Het zit er wel in, maar het is soms ook iets breder. De Zettoe 3000 voldoet wel aan de normen maar het is natuurlijk wat vrij geïnterpreteerd.

De Designprijs is georganiseerd in het kader van de toekenning van de ISO-norm 9002 aan uw bedrijf Sales. Wat is de ISO-norm precies?

LZ: Het is een kwaliteitscertificaat, dat niet alleen inhoudt dat je kwaliteitsprodukten levert, maar ook dat de gehele organisatie gekenmerkt wordt door kwaliteit. Er is een handboek waarin alles beschreven wordt, van 'Hoe komen de telefoontjes binnen' tot aan 'Hoe gaat het produkt de deur uit'. De hele orderverwerking, de calculatie, de offertes, de produktie en de produktie voorbereiding, dat is allemaal in het handboek beschreven en daar dient iedereen zich aan te houden. Dat wordt twee keer per jaar door een onafhankelijk bureau getoetst.

We hebben veel moeite gedaan om de ISO-norm te krijgen. Daar moest iedereen hard aan meewerken. Het is ook een stuk ondersteuning naar je verkoop toe. We geven daar een stuk extra publiciteit aan. Daarbij komt nog dat we dit jaar 70 jaar bestaan en we zijn onlangs met de Zettoe 3000 op de markt gekomen, dus die pakken we er ook even bij. En dan hadden we nog een item en dat was de Designprijs.

Dit is het eerste jaar dat we de Designprijs uitloven. We doen het vijf jaar tot aan het 75-jarig bestaan, dus dat kunnen we mooi opbouwen. We willen aan het eind van die vijf jaar een overzichtstentoonstelling organiseren om te laten zien wat er in die tijd gepresteerd is. Het is ook mogelijk dat we per jaar een andere opdracht geven. We hebben het nu vrij gelaten. Ik zou me kunnen voorstellen dat we het toch wat meer gaan toespitsen op een onderwerp. Ik had zelf bedacht om iedere deelnemer twee of drie platen en wat staafmateriaal te geven met als opdracht 'Maak daar nou eens een meubel uit'. Dat zou je heel leuk uit kunnen bouwen. Het kan gebeuren dat het werk van één van de deelnemers ons zo aanspreekt dat we iemand een meubellijn laten maken.

Maar die Designprijs is natuurlijk ook voor een groot deel georganiseerd om meer bekendheid te krijgen.

LZ: Het is een wisselwerking. Aan de Designprijs daar wordt de naam Zwartwoud Hoza Sales gekoppeld. Als het goed uitgevoerd wordt en er komen leuke dingen uit dan werkt dat aan twee kanten. Je helpt kunstenaars om wat meer naar buiten te treden en onze naam komt bij de mensen naar voren. Dan denk ik dat je een prima samenwerking hebt.

Het is de bedoeling dat de Designprijs de komende vijf jaar uitgereikt wordt aan vormgevers uit de regio Groningen. Ik merk zelf dat we in de regio Groningen het minst bekend zijn. 80 tot 90 procent van onze omzet gaat naar de rest. Er blijft maar heel weinig hier in het noorden.

Hoe zou dat komen? Door de vernieuwende aspecten van de ontwerpen die het bedrijf uitvoert?

LZ: Dat heeft daar niks mee te maken. Het is vaak zo dat een profeet in eigen huis niet wordt gewaardeerd. Het zal ook wel aan ons zelf liggen dat we te weinig naamsbekendheid hebben hier in Groningen. Vandaar dat we heel erg blij waren met de ondernemersprijs die we dit jaar gekregen hebben van de gemeente Groningen. Dan kunnen we daar ons verhaal eens kwijt. Daarom denk ik 'Laten we de Designprijs nou eens lekker in het noorden houden'. Ik denk dat hier genoeg talent zit om mee vooruit te kunnen.

Jeroen Goulooze  
Esther Ledeboer



## Nieuw in Kunsthuis de Permanente: De Kunst-Koop-Club

Kunsthuis de Permanente introduceert iets nieuws: een Kunst-Koop-Club voor bedrijven en particulieren. De Kunst-Koop-Club is bedoeld voor alle mensen die geïnteresseerd zijn in het gebeuren in en om Kunsthuis de Permanente en die dit initiatief een warm hart toedragen. Door u aan te sluiten bij deze club ondersteunt u de Permanente en krijgt u van de Permanente een korting op alle kunstwerken die in de Permanente vertoond worden. Tevens wordt u door nieuwsbrieven, mailings, en uitnodigingen van al onze activiteiten op de hoogte gehouden. Want Kunsthuis de Permanente is meer dan alleen een galerie waarin kunstwerken te koop zijn. Wij organiseren ook lezingen, performances, cursussen en workshops. Het is de bedoeling dat Kunsthuis de Permanente een belangrijke plaats zal veroveren in het noordelijk Kunstbedrijf.

De kosten van het lidmaatschap zijn:

- Voor bedrijven die geïnteresseerd zijn in kunst en die regelmatig kunst aankopen, kunnen lid worden voor f 100,=. Het bedrijf krijgt 5 % korting op de kunstwerken en krijgt al onze mailings en nieuwsbrieven toegestuurd.
- Het lidmaatschap kan heel interessant zijn voor particulieren. Voor f 50,= krijgt u 5 % korting op de kunstwerken. Bij aankoop van f1000,= aan kunstartikelen heeft u het bedrag al weer terugverdiend. Vooral interessant voor mensen die regelmatig de Open Stock Shop bezoeken. En bovendien krijgt u al onze mailings en nieuwsbrieven toegestuurd.
- Voor particulieren die alleen geïnteresseerd zijn in onze activiteiten is er de volgende optie: Voor f 25,= krijgt u al onze mailings en nieuwsbrieven thuisgestuurd.

U kunt lid worden door u in te schrijven bij Kunsthuis de Permanente, hier liggen inschrijvingsformulieren voor u klaar. Nieuwe leden krijgen bij inschrijving in Kunsthuis de Permanente een gratis kop koffie.

Voor informatie bel: 146260 en vraag naar de Permanente

## Agenda

**Zaterdag 22 oktober - 6 november:** Zwartwoud Hoza Designprijs in Kunsthuis de Permanente. Van iedere inzender is één kunstwerk te zien.

**Zaterdag 5 november:** Uitreiking van de Zwartwoud Hoza Designprijs 1994 in Kunsthuis de Permanente. Het gebeuren zal om 16:00 plaats vinden.

**8 november - eind december:** Kunsthuis de Permanente opent de Open Stock Shop. Van verschillende kunstenaars is er werk opgenomen in een stockruimte. De prijzen variëren van f25,= tot f500,=

**Maandagmiddag 21 november** start de training 'Ondernemen is 'n kunst, kunst is ondernemen', georganiseerd door Memo Trainingen. Tijdens de training zal vooral aandacht gegeven worden aan de zakelijke kanten van het kunstenaarschap. De training vindt plaats in Kunsthuis de Permanente. Het is het vijfde jaar dat deze training gegeven wordt. Voor inlichtingen: Memo Trainingen, Postbus 63206, 1005 LE Amsterdam, 020.6 85 15 77.

Open / Gesloten

Elbert Gonggrijp

1.  
Ik gevangen in mijn huid  
ik de vlaggedrager van mijn symbolen  
geen lijn beperkt mijn eigenheid.  
Bloedrood trek ik hier ten strijde.

Maar loodrecht  
pleit het dogma mijn kastjding.  
prikkelraad bepaalt hier  
wat mijn vrijheid aantast,  
want wat ik wil,  
zwijgt, kijkt  
door een lichtspleet,  
raakt verpletterd  
onder de pamfletten  
van de verhitte strijdkreet  
van de macht.

Hier wordt niet gedacht.  
Hier is een persoon  
een dode richting,  
van zo en iet anders.  
zo is het en zo  
moet de samenleving.  
Een dwarsbalk in mijn oog  
vertraagt het licht  
tot loodzware ernst  
en inktzwarte ontsteltenis.

2.  
Als ik het openbreek,  
wordt elk vlak verdacht,  
expressie de lokroep  
van taboe.

Eenzame opsluiting  
in het zwarte kader  
van mijn doodseskader  
dat censuur heet,  
drijft mij ertoe  
elders te zijn  
en de weemoed  
als schildersstreken  
te laten spreken.  
Roepend aan de rand  
van de vrijheid  
daalt mijn rode zon  
die vaderland heet.  
Schilder ik de ruimte  
vanzelfsprekend tot mijzelf.

3.  
Wat hier staat,  
is een open vraag  
voor een betekenis  
die slechts één schuilplaats kent;  
mij, in het natuurlijk evenwicht  
van de klare lijn,  
die zich vertaalt  
tot een symbool  
dat een ieder verstaat:  
losse ruimte ooit gesloten  
breekt mijn ketens open  
en doet mij spreken  
sprakeloos  
van oprechte verbintenis.

4.  
Als ik mij  
hier niet in vergis  
heet het zwart wit rood  
te zijn,  
een cirkel van  
mijn eigen kleine vrijheid,  
die zich uitspreekt  
in de open ruimte  
van ieders beleving.  
kennen wij elkaar  
en elkaars uitwisseling hierin:  
Als symbolen  
in een helder evenwicht,  
als symbolen  
zonder beperking  
van hun betekenis.

Gedichtencyclus geschreven naar aanleiding van  
schilderijen van Tian Wei 'Gesloten Ruimte' 1 t/m  
4 & 'Losse Ruimte' die te bezichtigen waren in  
Kunsthuis de Permanente. 6-10-94



DE PERMANENTE



## Samenwerking Zwartwoud Hoza Sales BV

### Introductie

Op 27 april 1994 werd Johan Meijering oprichter en voorzitter van de stichting De Permanente. Een van zijn eerste activiteiten was het zoeken van kandidaat-bestuursleden. Zijn voorkeur ging uit naar minimaal vijf bestuursleden. Dit lukte wonderwel. Uit zijn relatiebestand kwamen ze één voor één tevoorschijn. Er werd subsidie aangevraagd en er moesten sponsors worden gezocht.

Het eerste contact dat hij legde met een mogelijke kandidaat-sponsor was het bedrijf Zwartwoud Hoza Sales BV in Hoogkerk. Johan woonde in Hoogkerk in zijn patio-bungalow die hij had opengesteld voor publiek. Zijn project Kijkbungalow Minerva trok in de periode 1991-1995 ruim 13.000 bezoekers.

In juni, kort voor de zomervakantie in 1994 maakte Johan een afspraak met de heer Ludo Zwartenkot, directeur van dit bedrijf. Het werd een bijzonder openhartig gesprek.

Onder het genot van een kopje koffie vertelde de directeur aan Johan dat het van oorsprong familiebedrijf Zwartenkot & Van der Woude's Machinehandel was uitgegroeid tot een metaalverwerkend bedrijf met een jaaromzet van ca. 50 miljoen en ruim 180 medewerkers. De producten van verkooporganisatie Zwartwoud Hoza Sales werden gepresenteerd onder de merknamen Hoza (rolcontainers), Zwartwoud (balies en winkelinrichtingen) en Zettoe (kantoormeubilair). Het bedrijf heeft twee vestigingen, in Groningen (Hoogkerk) en Scheemda.

Johan merkte aan alles dat de heer Zwartenkot bijzonder trots was op de onderneming en haar medewerkers. Op zijn belangstellende vraag wanneer het bedrijf was opgericht, hoelang het bedrijf al bestond, kwam direct het antwoord. Het bedrijf stamde uit het jaar 1924.

Het was niet moeilijk om ter plekke, zonder rekenmachine, uit te rekenen dat het bedrijf in 1994 zeventig jaar bestond. Johan verwachtte dat er ook iets verteld zou worden over de viering van dit lustrum. Dat gebeurde niet.

Toen begon hij er zelf maar over en vroeg aan de heer Zwartenkot: "Wat doen jullie zoal met dit heuglijke feit?"

Het werd al snel duidelijk dat er binnen het bedrijf niet aan was gedacht. Op zich niet verwonderlijk als je als onderneming zoveel bruisende activiteiten hebt.



Johan adviseerde om een Open Dag te organiseren voor relaties en belangstellenden. De heer Zwartenkot hoefde daar niet over na te denken en vond dat meteen een heel goed idee. Hij vroeg Johan of hij die dag wilde organiseren en de leiding hiervan op zich wilde nemen. Hij gaf Johan daarin de vrije hand.

Johan voelde zich zeer vereerd dat hij dit lustrum voor een gerenommeerd commercieel bedrijf uit Hoogkerk mocht organiseren. In overleg met het bedrijf schakelde hij Ron Visser van organisatiebureau Ront in en maakte samen met hem een programma voor die dag.

Al brainstormend ontstond er een leuk idee: het instellen van een designprijs in samenwerking met de stichting De Permanente. De directie van het bedrijf zag dit helemaal zitten en besloot de Zwartwoud Hoza Designprijs in te stellen. De winnaar zou een bedrag van 7.500 gulden in ontvangst mogen nemen. Met het instellen van de designprijs wilde het bedrijf ontwerpers, vormgevers en kunstenaars stimuleren vernieuwende en innovatieve meubels te ontwerpen. Het doel was de designprijs uit te bouwen tot een nationaal erkende wedstrijd voor meubelontwerpers.

Het jubileum van het bedrijf werd gevierd op 21 oktober 1994 en viel samen met enkele andere gebeurtenissen binnen het bedrijf:

- het behalen van het ISO-9002 certificaat;
- het winnen van de Groninger Ondernemingsprijs;
- de instelling van de Zwartwoud Hoza Designprijs 1994;
- de introductie van de nieuwe kantoormeubellijn Zettoe 3000.

### **Open dag**

Het werd een feestelijk middagprogramma op vrijdagmiddag 21 oktober 1994, dat bezocht werd door ongeveer vijfhonderd mensen. Een open huis waar iedereen van 14.30 tot 18.00 uur welkom was. Genodigden konden tijdens een rondleiding het gehele bedrijf zien en de inzendingen voor de designprijs bekijken, die in de Montagehal geëxposeerd werden. Op het buitenterrein was een grote feesttent geplaatst.

### **Uitreiking Zwartwoud Hoza Designprijs 1994**

De Zwartwoud Hoza Designprijs 1994, een cheque van 7.500 gulden, werd zaterdag 5 november 1994 in Kunsthuis De Permanente uitgereikt aan kunstenaar Wout Wessems uit Groningen.

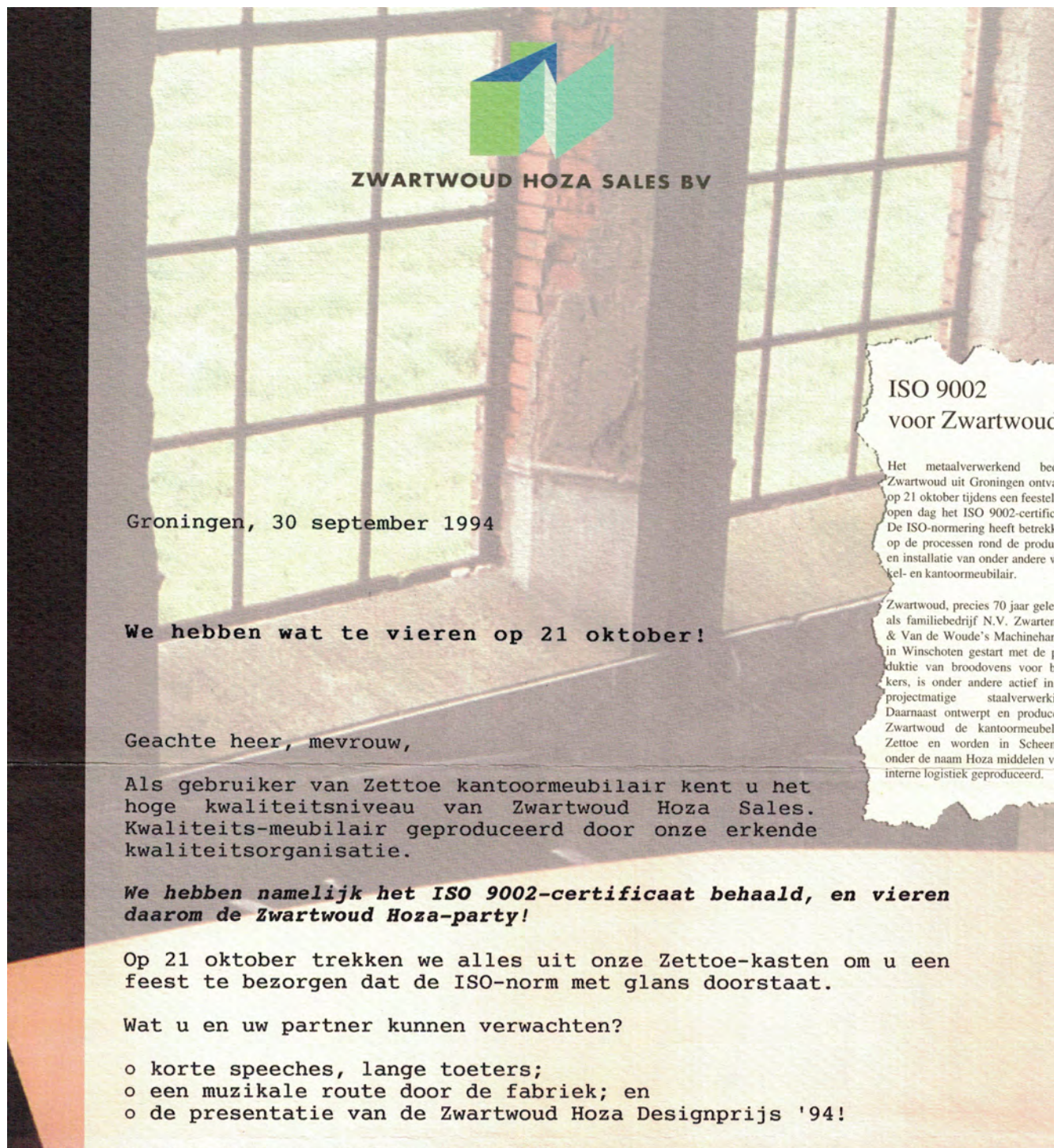
Er volgde een jarenlange samenwerking tussen de Stichting Kunsthuis De permanente en het bedrijf Zwartwoud.





Zwartwoud Hoza Designprijs  
Tongstoel, Wout Wessemius (1e prijs)





8.1) Uitnodiging jubileum Zwartwoud Hoza Sales BV, 30-09-1994  
Viering 70-jarig bestaan en behalen ISO 9002-certificaat



Verder kunt u tijdens de Zwartwoud Hoza party onze nieuwe, exclusieve *kantoormeubellijn Zettoe 3000* bezichtigen. Dit meubilair is gericht op het bovensegment van de kantoormeubelmarkt en wordt gekenmerkt door het gebruik van verticale en tapse lijnen, oorspronkelijke kleuren en natuurlijke vormen.

Noteer dus nu in uw agenda: **Op 21 oktober om 14.30 de spectaculaire Zwartwoud Hoza-party** aan het Hoendiep 272 te Groningen. Vervoer van en naar het Centraal Station in Groningen is beschikbaar.

Tot ziens, tot 21 oktober!

## Zwartwoud Hoza Designprijs '94

Het metaalverwerkend bedrijf Zwartwoud uit Groningen looft te ere van haar 70-jarig jubileum de Zwartwoud Hoza Designprijs '94 uit. Zwartwoud, zelf onder andere producent van de exclusieve kantoormeubellijn Zettoe 3000, wil met deze Designprijs vormgevers en ontwerpers die actief zijn op het gebied van meubelontwerpen stimuleren. Dit eerste jaar staat de inschrijving alleen open voor ontwerpers uit de drie noordelijke provincies.

Ongeveer 70 ingezonden meubelontwerpen worden op 21 oktober gepresenteerd aan bezoekers van de feestelijke open dag van Zwartwoud. Een deskundige jury, met vooraanstaande ontwerpers, zal de meubelontwerpen beoordelen op hun

*innovatieve vormgeving.* Daarna zijn de ontwerpen nog gedurende twee weken te bezichtigen bij Kunsthuis De Permanente aan de Grote Markt 43a te Groningen.

De Zwartwoud Hoza Designprijs '94 zal op 5 november bij stichting De Permanente worden uitgereikt aan de vormgever van het winnende meubelontwerp. De hoofdprijs bestaat uit een geldbedrag van f 7.500 en een wisseltrofee, vormgegeven door de Groninger kunstenaar Wout Wessemius.

De Zwartwoud Hoza Designprijs '94 wordt georganiseerd door kunststichting de Permanente.

Met vriendelijke groet,

K.B. Oolders, directeur



Ja, ik kom op 21 oktober naar de Zwartwoud Hoza Party.

Het feest begint om 14.30 uur bij Zwartwoud aan het Hoendiep 272 in Groningen.

Ik kom met \_\_\_\_\_ personen.

Contactpersoon \_\_\_\_\_

Bedrijfsnaam \_\_\_\_\_

Nee, ik kom niet naar de Zwartwoud Hoza Party, want:

- ik kan niet op 21 oktober
- ik ben niet geïnteresseerd

Nee, ik kom niet naar de Zwartwoud Hoza Party, maar ik ben wel geïnteresseerd in de produkten van Zwartwoud Hoza Sales. Neemt u binnenkort contact met mij op.

een postzegel  
is niet nodig

**Zwartwoud Hoza Sales bv**  
**Antwoordnummer 2376**  
**9700 VT Groningen**



## Zwartwoud heeft alle redenen om feest te vieren

Vrijdag 21 oktober viert Zwartwoud Beheer BV uit de stad Groningen haar 70-jarig bestaan. In die jaren is het van oorsprong familiebedrijf Zwartenkot & Van de Woude's Machinehandel uitgegroeid tot een metaalverwerkend bedrijf met een jaaromzet van circa vijftig miljoen en ruim 180 medewerkers. De produkten van de verkooporganisatie Zwartwoud Hoza Sales worden gepresenteerd onder de merknamen Hoza (rolcontainers), Zwartwoud (balies en winkelrichtingen) en Zettoe (kantoormeubilair). Het bedrijf heeft vestigingen in de stad Groningen (Hoogkerk) en Scheemda.

De viering van het jubileum valt samen met enkele bijzondere gebeurtenissen: het behalen van het ISO 9002 certificaat, het winnen van de Groninger Ondernemingsprijs, de instelling van de Zwartwoud Hoza Designprijs '94 en de introductie van de nieuwe kantoormeubellijn Zettoe 3000. Vrijdag wordt het ISO 9002 certificaat aangeboden.

Met de instelling van de designprijs wil het bedrijf ontwerpers, vormgevers en kunstenaars stimuleren vernieuwende en innovatieve meubels te ontwerpen. Het doel is de designprijs uit te bouwen tot een nationaal erkende wedstrijd voor meubelontwerpers.

- 8.2) Zwartwoud heeft alle rededen om feest te vieren  
Nieuwsblad van het Noorden, 18 oktober 1994



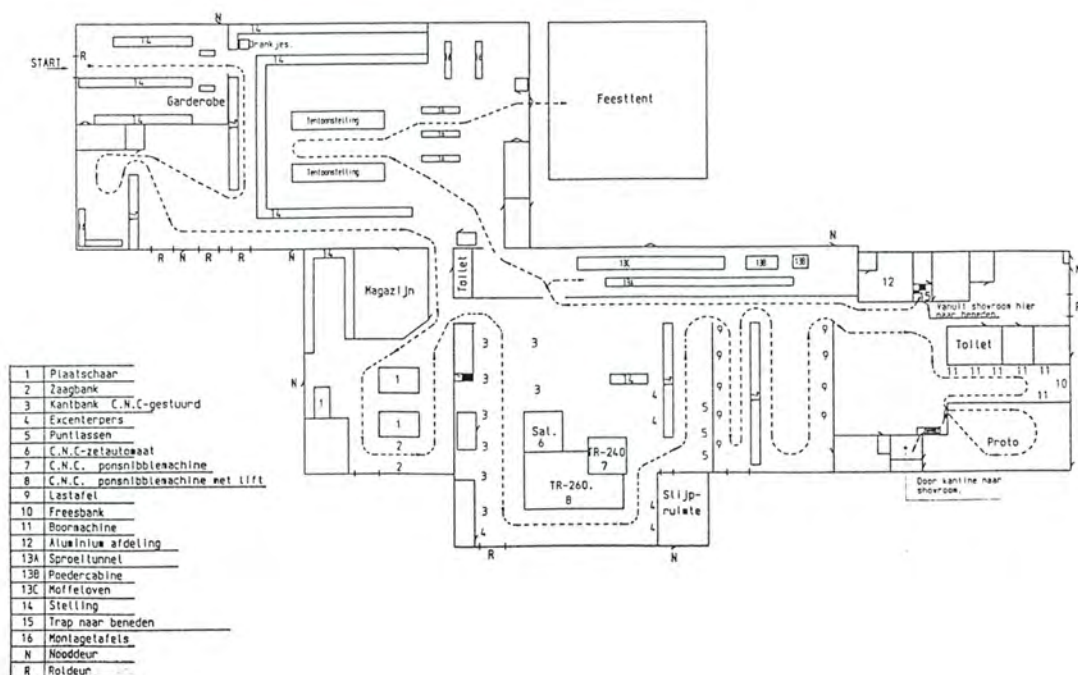
ZWARTWOUD HOZA SALES BV

**PROGRAMMA OPEN DAG 21 OKTOBER 1994:**

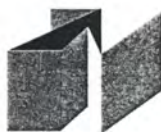
- 14.30 uur** Rondleiding door de produktie via onderstaande routebeschrijving, met aan het einde van de rondleiding de mogelijkheid de inzendingen voor de Designprijs te bekijken in de Montagehal. In en rond de produktie zal een act uitgevoerd worden, die zijn hoogtepunt zal krijgen tijdens een optreden in de feesttent.
- 15.45 uur** Een ieder wordt verzocht zich richting feesttent te begeven.
- 16.00 uur** Welkomstwoord door de heer J. Meijering.
- 16.05 uur** Optreden acteurs.
- 16.25 uur** Uitreiking ISO-certificaat
- 16.35 uur** Woord van de heer L.J. Zwartenkot
- 16.45 uur** Woord van de heer J. Meijering
- 16.55 uur** Gelegenheid voor een borrel en een hapje. Tevens is er nog de mogelijkheid om een kijkje te nemen in de produktie en in de showroom.
- 18.00 uur** Einde Open Dag.

Uiteraard kunt u met al uw vragen over onze produkten en produktie bij onze medewerkers terecht. Wij wensen u een hele plezierige middag toe.

**ROUTEBESCHRIJVING**







**ZWARTWOUD HOZA SALES BV**

DRAAIBOEK OPEN DAG 21 OKTOBER 1994:

Het programma voor de Open Dag ziet er als volgt uit:

- 14.30 uur Ontvangst genodigden in de montagehal door hostessen van Service One Party Productions. Buiten staan twee parkeerboys. Rondleiding door de produktie en showroom. Bekijken tentoonstelling De Permanenten.
- 15.30 uur Act in en rond de produktie en uiteindelijk in de feesttent
- 15.45 uur De produktie stopt. Dit zal met een toeter worden aangekondigd, waarna de heer J. Meijering via het omroepsysteem zal omroepen, dat een ieder zich naar de feesttent moet begeven.
- 16.00 uur Welkomstwoord in de feesttent door de heer J. Meijering.
- 16.05 uur Acteurs voeren een act op met betrekking tot ISO-9002.
- 16.25 uur Uitreiking van het ISO-9002 certificaat aan de heer L.J. Zwartenkot.
- 16.35 uur De heer L.J. Zwartenkot zal een speech houden, waarin hij een ieder zal bedanken voor zijn komst, waarin hij de jury zal benoemen, waarin hij iets zal vertellen over de tentoonstelling en waarin hij de primeur van de Veilingcontainer zal noemen.
- 16.45 uur De heer J. Meijering zal de voorzitter van de jury, alsmede de notaris, de heer H. Wachters naar voren roepen. De envelop met de winnaar van de Designprijs zal overhandigd worden aan de heer Wachters, die deze envelop gesloten zal beheren tot 5 november a.s., wanneer de winnaar bekend zal worden gemaakt in het pand van de stichting De Permanenten. Verder zal hij een ieder bedanken en het verloop van de rest van de middag verduidelijken.
- 16.55 uur Toast en gelegenheid voor een borrel en een hapje. Tevens gelegenheid voor belangstellenden nog een kijkje in de produktie te nemen en in de showroom.
- 18.00 uur Einde van de open dag.

Tijdens de dag is de heer J. Meijering aanspreekpunt voor eventuele problemen.



# Groninger wint designprijs

**GRONINGEN** – Wout Wessemius uit Groningen is met zijn ontwerp van een stoel winnaar geworden van de Zwartwoud Hoza Designprijs 1994. Hij ontving de prijs, een bedrag van 7500 gulden en een wisseltrofee, zaterdag uit handen van de heer Zwartkot, directeur van Zwartwoud. Het metaalverwerkende bedrijf stelde de prijs in ter gelegenheid van het 70-jarig bestaan.

Negentien ontwerpers stuurden ieder vier objecten in. Na een eerste selectie werd van elke kunstenaar één object genomineerd voor de hoofdprijs. De keus van de jury, die bestond uit wethouder H. Pijlman, J. van de Ven (vormgever), de meubelontwerpers G. van den Berg en S. Hofstede en J. Meijer (projectleider Openbare Ruimten van de gemeente Groningen), viel uiteindelijk op het ontwerp van Wessemius. De puurheid en de eenvoud van vorm en materiaal gaven voor de juryleden de doorslag. Ze toonden zich overigens ook onder de indruk van een ander ontwerp van zijn hand: de kapstok.

Een eervolle vermelding was weggelegd voor W. Nanning met zijn ontwerp Stoel II en G. van Engelen met zijn creatie dressoir. Met de instelling van de prijs wil Zwartwoud ontwerpers, vormgevers en kunstenaars stimuleren vernieuwende meubels te ontwerpen.



■ Het winnende ontwerp van Wout Wessemius uit Groningen.

© Jan Buwalda



## WOUT WESSEMIUS WINT ZWARTWOUD DESIGNPRIJS

**De heer Wout Wessemius heeft met zijn eigenzinnig ontwerp van een Stoel de Zwartwoud Hoza Designprijs 1994 gewonnen. De Groninger kunstenaar ontving de meubelontwerpprijs op 5 november uit handen van de heer Zwartenkot, directeur van Zwartwoud. Het metaalverwerkende bedrijf Zwartwoud heeft deze prijs uitgelooft ter gelegenheid van het 70-jarige bestaan. Aan de prijs is een geldbedrag van f 7.500,- en een wisseltrofee verbonden.**

In totaal hebben 19 ontwerpers elk 4 objecten ingezonden. Na een eerste selectie is van elke deelnemer 1 object genomineerd voor de hoofdprijs. Na ampel beraad koos de jury voor het ontwerp van Wout Wessemius. De jury werd gevormd door Henk Pijlman (wethouder Cultuur, gemeente Groningen), Jochem van de Ven (vormgeving & marketing Zwartwoud Hoza Sales), Gerard van den Berg (meubelontwerper), Sip Hofstede (meubelontwerper) en Jola Meijer (projectleider Openbare Ruimten, gemeente Groningen). Over het winnende ontwerp schrijft de jury in haar rapport onder meer over de puurheid en eenvoud van vorm en materiaal. Heel mooi zijn de twee vormen die tegen elkaar afgezet

worden, het platte dunne vlak en de dikke ronde zitten. De heer Wessemius is heel consequent in zijn werk en de jury was ook onder de indruk van zijn ontwerp, een kapstok.

Een eervolle vermelding krijgen: de heer W. Nanning, met zijn ontwerp Stoel 2. Hij is heel consequent en helder in de doorgevoerde vorm en de heer G. van Engelen met zijn ontwerp Dressoir. Hij zet twee vormen tegen elkaar af hetgeen een mooi contrast geeft.

Met de instelling van deze designprijs wil Zwartwoud ontwerpers, vormgevers en kunstenaars stimuleren vernieuwende en innovatieve meubels te ontwerpen. Het bedrijf beoogt hiermee een brug te slaan tussen talentvolle ontwerpers en het bedrijfsleven, waarbij de verbeelding en de uitwisseling van creatieve ideeën centraal staan. De ontwerp-wedstrijd is dit jaar ter ere van het 70-jarige bestaan van de firma Zwartwoud uitgeschreven voor deelnemers uit de drie noordelijke provincies. Uiteindelijk is het doel de Designprijs in 5 jaar tot het 75-jarige bestaan van Zwartwoud uit te bouwen tot een nationaal erkende wedstrijd voor meubelontwerpers. De organisatie van de Designprijs '94 is in handen van de Kunststichting De Permanente uit Groningen.



■ Wout Wessemius (rechts) neemt de prijs en de bijbehorende oorkonde in ontvangst uit handen van de heer Zwartenkot.

8.6) Loeks  
woensdag 9 november 1994

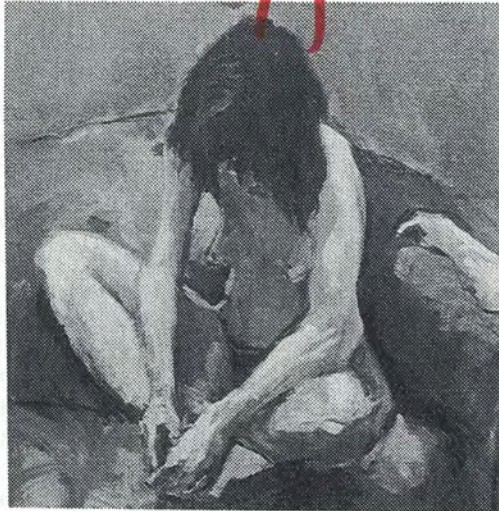




KUNSTHUIS

De Permanente  
43A

NIEUWSBRIEF



Paul Butzelaar, Marianne 1994 (board, 60 x 70 cm)

**Paul Butzelaar met naaktschilderijen & 30 andere kunstenaars**

IN DE VOOR- EN ACHTERKAMER VAN KUNSTHUIS DE PERMANENTE

De Permanente Nieuwsbrief nummer 2, jaargang 1, november 1994

Port  
Beeld  
Groningen

Stichting de Permanente, Grote Markt 43 A (naar boven), 9711 LW Groningen, 050. 146260

Kunsthuis de Permanente

Bestuur:

Johan Meijering  
Wim Eilering  
Ruud Luderus Jansen

Medewerkers:

André Hoornstra  
Fedde Benedictus  
Carolien Eernstman  
Jolanda Gerrmann  
Jeroen Goulooze  
José den Hartog  
Ton de Kever  
Esther Ledeboer  
Tanja Sterk  
Thea Veldkamp

Redactie Nieuwsbrief:

Jeroen Goulooze  
Esther Ledeboer

**Bericht  
van de Permanente**

**Kunsthuis De Permanente  
presenteert Paul Butzelaar  
in de voorkamer en dertig  
andere kunstenaars  
in de achterkamer.**

Van tien november tot en met 11 december exposeert de kunstenaar Paul Butzelaar in de voorkamer van Kunsthuis De Permanente. Op pagina 2 van dit nummer begint een interview met hem.

Paul Butzelaar studeerde in 1987 af aan academie Minerva. Sindsdien is hij zelfstandig kunstenaar en werkt hij in zijn atelier in Peize. Samen met negentien andere kunstenaars heeft hij een werkruimte in een voormalige koekjes en melkfabriek. Hij geeft sinds 1991 cursussen in onder andere Leeuwaren en Emmen.

Zijn vader is amateurschilder. Zelf is hij op zijn

zestiende begonnen met schilderen. De laatste tijd maakt hij vooral naaktschilderijen. Modelschilderen heeft voor hem een grotere uitdaging dan bijvoorbeeld landschappen schilderen. Paul vindt dat je bij een model veel nauwkeuriger moet werken dan bij een landschap. Een landschap lijkt al snel een landschap, terwijl het niet de werkelijkheid hoeft te zijn.

Op een directe en realistische manier schildert hij zijn naakten op het doek. De materie is hierbij belangrijk: hij schildert in grove penseelstreken en in natte lagen door elkaar heen. Dit doet hij ook omdat hij het liefst aan één stuk door werkt om zijn schilderijen in één keer af te maken. Tot en met 11 december zijn zijn naaktschilderijen van hem te zien in de voorkamer van het Kunsthuis.

De achterkamer van Kunsthuis De Permanente is vanaf 10 november ingericht als winkel. Van dertig geselecteerde kunstenaars zijn er objecten en werken vanaf f 25,- te koop. Deze kunstenaars werken vanuit diverse disciplines waardoor er een gevarieerd assortiment ontstaat, bestaande uit: schilderijen, aquarellen, grafiek, fotografie, keramiek, meubelvormgeving, glaswerk, sieraden, textiel, lampen en kleine kunstobjecten.

*(Wordt vervolgd op andere bladzijde)*



Van onder andere de volgende kunstenaars zullen kunstwerken te koop zijn:

Klaas Bil	Hill Metselaar
Henk Bleker	Nancy Natacin
Willem de Boer	Theo Onnes
Cees van den Bos	Willem Oosterbaan
Jerry Bosman	Egbert Pikkemaat
Alian Brouwer	Pink Smeenge
Klaas van Driezum	Margriet Stegmeijer
René de Graaf	Tanja Sterk
Laura Haafkens	Mirjam Veldhuis
Liesbeth Kamp	Joke Vos
Lucas Klein	Anja de Vos-Bullinga
Colien Langerwerf	Aletta de Vries
Jan Peter Langkamp	Willem de Vries
Peter Meijer	

In de kunstwinkel kunnen vanaf f 25,- unieke kunstwerken gekocht worden. Kerst en Sinterklaas inkopen kunnen nu ook bij Kunsthuis De Permanente gedaan worden. In deze tijd worden er daarom diverse activiteiten georganiseerd. Voor de activiteiten verwijzen wij u naar de agenda op de achterzijde.

## Het woord is aan de kunstenaar

**Paul Butzelaar: 'Ik hou van schilderen en van fietsen, want beide zijn ideale manieren om het landschap te beleven.'**

Je kunt stellen dat het verlangen om te schilderen voortkomt uit de angst om dood te gaan, maar tegelijkertijd zeg ik dat ik dingen schilder die ik mooi vind. Het is natuurlijk fantastisch dat je als schilder in staat bent de dingen die je mooi vindt twee keer te beleven: De eerste keer door ernaar te kijken, en de tweede keer door het te schilderen. Of je nou een landschap schildert of erin wandelt of fietst, in al die gevallen beleef je het landschap op de ideale manier.

## Onderwerpen: Naakten, landschappen.

De laatste jaren heb ik veel naakten geschilderd. Daarvoor maakte ik vooral landschappen met oliepastel. Als ik een tijdje niet geschilderd heb, maak ik ook wel stilleven, om er weer in te komen. Dat is gewoon heel makkelijk. Geen gezeur, geen mensen die je moet betalen. Ik maak een opstelling en ik sta heerlijk in mijn eentje te penselen.

Modellschilderen is voor mij een grotere uitdaging dan landschapschilderen. Een landschap heeft al vrij snel iets herkenbaars: Een groen vlak en je hebt een wei, een streepje erin en je hebt een weggetje, blauw erboven en je hebt een lucht, een beetje werken met bruin en groen en je heb al vrij snel iets wat op een boom lijkt. Niemand zal je er op aanspreken dat die boom in werkelijkheid iets meer naar rechts staat, of dat hij in werkelijkheid groter is. Ik weet dat mensen die naar mijn schilderijen kijken veel kritischer zijn als het om een modellschildering gaat. Bij een model moet je veel nauwkeuriger werken. Bovendien heb je te maken met iemands uitstraling, je hebt te maken met een levend wezen. Bepaalde modellen schrijven een bepaalde manier van schilderen voor. Soms ben je er ontvankelijk voor om dat op te pikken en daar iets mee te doen.

Mijn modellen ken ik meestal niet. Maar ik heb wel gemerkt dat sommige van die modellen zich letterlijk meer bloot geven zodra ze me beter leren kennen. Ik werk vaak een tijdje achtereen met het zelfde model. De schilderijen die ik in een later stadium van ze maak zijn nog steeds naakten, maar ze worden anders van karakter, er komt meer een portret in.

Ik ben kortgeleden een paar maanden in Frankrijk geweest in het noordelijkste puntje van de Provence, om daar te schilderen. Ik kon zo de bergen in en richting het zuiden was het wat vlakke provençaalse landschap. Dat was ideaal, ik kon alle kanten op.

Als je buiten gaat werken is dat, zeker in het begin, ontzettend zwaar, al was het alleen al omdat je je materiaal mee moet sjouwen. Ik had van te voren geprobeerd of ik het op mijn racefiets kon vervoeren, maar ik kon toen geen helling meer op. Gelukkig waren daar allemaal mensen met auto's en die vonden dat heel interessant zo'n schilder. Ik hoefde maar met mijn vingers te knippen en iedereen stond voor mij klaar.

Een paar mensen daar waren in het begin nogal kritisch over mijn werk. Iedere keer als ze een schilderij zagen dan zeiden ze dat ik een typische Hollandse landschapschilder was. Ze vonden dat mijn schilderijen nog niet zoveel te maken hadden met het Provençaalse licht, ze waren nog te donker. Zodra je beneden Lyon komt krijg je een heel hard, wit licht. En dat harde ontbrak een beetje in de schilderijen. Later is dat veranderd.

Als schilder heb je je beperkingen. Soms zou ik het liefst direct weer willen geven wat ik zie: De grote van het landschap, de enorme diepte, de enorme verte. De eerste beperking is alleen al het kleine formaat waar je op werkt. Daarom heb ik voor sommige landschappen lange, smalle formaten gebruikt. Daardoor krijg je een soort panoramaview, je verbreedt als het ware je horizon.



**Materiaal:**  
 Olieverf, oliepastel,  
 doek, board, kwasten.

Ik moet een materiaal hebben waarmee ik direct op het doek werk. Daarom werk ik het liefst met oliepastel en verf, want met die materialen is het bijna alsof je met je handen werkt. Bij veel andere technieken heb je te maken met processen die daar tussen gaan zitten, zoals met lithografie en etsen. Maar dat is niks voor mij.

Ik vind mijn kleurgebruik vrij traditioneel. Een tijd geleden maakte ik modelschilderingen in felle kleuren, maar daar ben ik van teruggekomen. Sommige mensen zie ik beginnen met werken vanuit een soort grijze soep. Ik vind het het leukste om direct de kleuren aan te mengen.

**Werkwijze:**  
 niet het idee  
 maar de materie

Ik ben een typische nat in nat schilder. Ik werk het liefst aan één stuk door, het moet in één keer af zijn. Het is bijna zo dat ik mijn hele leven ophang aan het schilderij waar ik op dat moment mee bezig ben. Wat ik daarvoor heb geschilderd, is al ouwe koek.

Ik werk zelden of nooit vanuit een idee, ik werk vanuit de materie. Modellen, landschappen, of stillevens zijn mijn uitgangspunten. Als ik al eens vanuit een idee probeer te werken dan gaat dat geheid mis. Dat heeft weer te maken met mijn directe manier van werken.

Iemand heeft gezegd dat ik ontzettend goed kan schilderen en dat ik me er alleen bewust van moet worden dat ik goed kan schilderen. Ik weet niet precies waar het op sloeg. Zelf heb ik wel het gevoel dat ik nog een lange weg te gaan heb om tot iets te komen. Veel van de dingen die ik nu maak beschouw ik als een soort studie. Toen ik van de academie afkwam moest ik zeven jaar schilderen om deze schilderijen te kunnen maken. Dus wie weet waar het over tien, twintig jaar naar toe gaat.

Het is niet zo dat ik iets wil schilderen wat niemand ooit gelukt is, maar ik zou het wel leuk vinden als mensen mijn werk over tien, twintig jaar zouden waarderen om het eigene wat het heeft. Ik heb al vrij veel geëxposeerd, maar nog niet zo heel veel verkocht. Dan wordt de verleiding groot om -met de techniek die ik in huis heb- iets heel anders te gaan schilderen, om mensen naar de mond te schilderen. Maar dat doe ik niet omdat ik het belangrijker vind om eerlijk te blijven naar mezelf.

**Stijl:**  
 realisme met behulp van  
 grove penseelstreken

Mijn werk is vrij realistisch. Maar niet in de zin van een glad soort realisme. Als werkelijke precisie mijn doel zou zijn, dan zou ik net zo goed een fotoestel kunnen gebruiken. Van mij mag de penseelstreek gezien worden. Ik werk nou eenmaal met verf en daar maak ik schilderachtige dingen mee.

Ik schilder wat ik waarneem. Naarmate je meer schildert krijg je meer beheersing over het proces waar het schilderij een gevolg van is. Mijn schilderijen zijn het gevolg van mijn manier van kijken naar de wereld om mij heen én van de manier waarop ik mijn materiaal beheers. Die twee dingen gaan altijd samen.

Soms beschouw ik mezelf als een gruwelijke realist. Maar ik ben ook gek op films van Tarkovski en ik zou me voor kunnen stellen dat anderen die als niet realistisch zouden bestempelen. Maar volgens mij zit er in zijn films een soort levensgevoel dat heel realistisch is. Als je over realisme begint dan kun je jezelf aardig vastpraten. Het is mogelijk om realisme in allerlei vormen weer te geven.

Een aantal jaren geleden attendeerde iemand mij op Lucien Freud. Ik heb daar iets van opgezocht en ik vond dat verschrikkelijk mooi. Het fascinerende is dat hij zegt dat zijn schilderijen niet moeten lijken op de persoon die hij afbeeldt, maar dat ze die persoon moeten zijn. Er zijn mensen die zijn werk verafschuwen. Er zijn zelfs mensen die zeggen dat hij zijn modellen haat, maar daar ben ik het totaal niet mee eens. Hij schildert met een bepaald soort hardheid, je kunt echt niet om die beelden heen.

Zijn werk is heel realistisch maar je ziet ook dat de verf er dik op ligt, je ziet de penseelstreek. Het intrigeert me dat je door de verf heen toch iets realistisch ziet. En daarnaast beheerst hij ook enorm veel techniek. Hij is in staat om een heel schilderij op te bouwen uit wit en toch heeft ieder vlak een andere toon. Het is koud, het is warm, het heeft emotie. Ik denk dat het een compliment is dat mensen van zijn werk gruwen.

Ik heb het zelf ook wel eens meegemaakt dat mensen van een schilderij van mij schrokken. Dat was dan niet zozeer omdat het slecht geschilderd was, maar omdat er een vrouw opstond die dik was, met grote borsten en veel vlees. Er zijn mensen die daar niet tegen kunnen omdat het te confronterend is. Het is mischien wel te echt. Sommige mensen kijken liever naar een mooi, slank, jong meisje, dan naar die gigantische vleesbomen van Lucien Freud -om het maar even heel flauw te zeggen.

Jeroen Goulooze  
 Esther Ledeboer


  
**KUNSTHUIS**      **PERMANENTE**      **43A**      **PRESENTEERT**
  
 in de achterkamer

**Kunstvoorwerpen vanaf f25,=**  
**10 november tot 3 januari**

Kunstvoorwerpen van dertig kunstenaars.

Schilderijen, keramiek, grafiek, lampen, meubilair, textiel, plastic, sieraden, spiegels, mobiles, glas.

**ECHTE KUNST HOEFT NIET DUUR TE ZIJN**

OPENINGSTIJDEN: DI TOT ZA 12:00 - 18:00, ZO 12:00 - 17:00

---

### Agenda

**Donderdagavond 10 november:**

feestelijke opening van tentoonstelling Paul Butzelaar in de voorkamer van Kunsthuis De Permanente. Tevens vindt dan de opening plaats van de achterkamer van Kunsthuis De permanente, waar van 30 kunstenaars kunstwerken te koop zijn. Van deze mensen (tentoongesteld in de achterkamer) zijn al kunstwerken te koop vanaf f 25,=.

**Donderdag 10 november - 11 december:**

Expositie werk Paul Butzelaar.

**Donderdagavond 1 december en vrijdagavond 2 december:**

Portret tekenen door Ate Wiersma en een muzikale performance.

**Maandag 26 december:**

Professionele portretfotografie in kunstzinnige enscenering, hierbij zal een visagiste aanwezig zijn. Tevens is er dan een muzikale performance.



## ANDRÉ HOORNSTRA VAN KUNSTHUIS DE PERMANENTE: "Wij fungeren eigenlijk als intermediair tussen bedrijven en kunstenaars"

In april 1994 heeft Kunsthuis de Permanente gevestigd aan de Grote Markt 43 A (boven Jansen en Jansen) zijn deuren geopend. 'De Permanente' wil een eenvoudig toegankelijk verkooppunt zijn voor kunst en vormgeving van noordelijke kunstenaars. Door de opening van de 'Open Stock Shop' in november is die toegankelijkheid nog verder uitgebreid. In deze 'shop' kunnen al vanaf 25 gulden unieke kunstwerken worden gekocht. De combinatie van het galeriedeel en het winkelgedeelte moet de verkoop van de noordelijke kunst bevorderen. Door de drempel naar kunst te verlagen wordt de doelgroep vergroot en kan de Permanente actiever helpen om kunstenaars een eigen inkomen te laten verdienen. Elke maand is het werk van één of twee kunstenaars in de expositieruimte van het kunsthuis te zien.

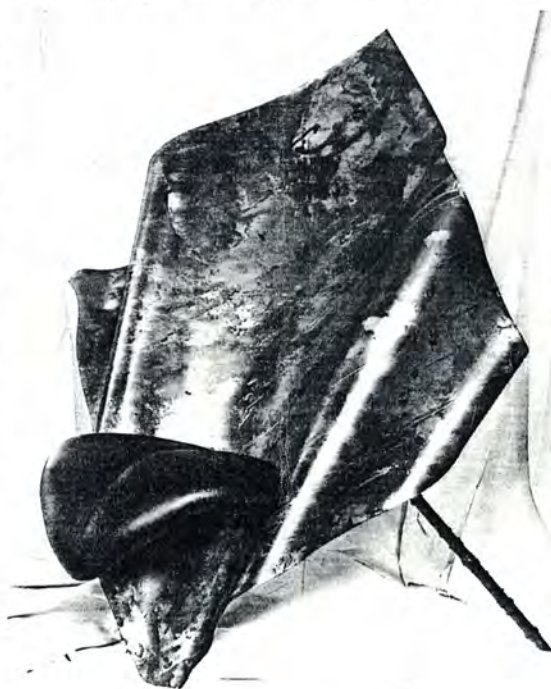
Bij kunsthuis de Permanente zijn zo'n tien vrijwilligers aan het werk. Een groot gedeelte hiervan is afgestudeerd en heeft nu geen betaalde baan. André Hoornstra, coördinator van Stichting Kunsthuis de Permanente: "Als vrijwilliger kunnen ze bij ons ervaring op doen en toch met hun vak bezig blijven". Naast de verkoop en exposities van kunstwerken houdt men zich ook bezig met bemiddeling tussen kunstenaars en het bedrijfsleven. "Onze eerste opdracht bestond uit het organiseren van de Zwartwoud Hoza Designprijs 1994", zegt Hoornstra. Deze ontwerpwedstrijd werd georganiseerd ter gelegenheid van het 70-jarig bestaan van het staalplaatverwerkend bedrijf Zwartwoud Hoza Sales BV. Zwartwoud is zich de laatste jaren meer gaan specialiseren in design-kantoormeubelen en wilde met deze wedstrijd kunstenaars uit de drie noordelijke provincies een kans geven om meer naar buiten te treden. Het ontwerpen van innovatieve meubels werd als opdracht ge-

steld. Aan de prijs is een geldbedrag van f 7500,00 en een wisseltrofee verbonden. Begin augustus vond er een voorselectie plaats door Kunsthuis de Permanente. "Het ging hier puur om een technische selectie, het was niet de bedoeling, dat wij op de stoel van de jury zouden zitten. In het totaal bleven er 19 ontwerpers over, die ieder vier objecten hadden ingezonden", zegt Hoornstra. In oktober organiseerde Zwartwoud haar eigen open dag. Hoornstra: "De open dag was op een bijzondere manier opgezet. In een gedeelte van een hal in de fabriek werden alle ontwerpen van de deelnemende kunstenaars tentoongesteld. Het feest begon om 14.00 uur, terwijl de productie in de fabriek pas om 16.00 stopte. De bezoekers werden door het bedrijf geleid onder begeleiding van verschillende muziekgroepjes. Zo ontstond er een aparte sfeer." Voor de open dag waren diverse bedrijven en kunstenaars uitgenodigd. De zakelijke relaties van Zwart-

woud werden in een originele sfeer ontvangen en kunstenaars konden zo rechtstreeks in contact komen met mensen uit het bedrijfsleven. Tijdens de open dag werd van elke ontwerper één object genomineerd voor de hoofdprijs. De jury bestond uit: Henk Pijlman (Wethouder van Cultuur in Groningen), Jochem van der Ven (vormgeving & marketing Zwartwoud Hoza Sales), Gerard van den Berg (meubelontwerper), Sip Hofstede (meubelontwerper) en Jola Meijer (Projectleider Openbare Ruimten, gemeente Groningen) Hoornstra: "Van 22 oktober tot en met 6 november waren de genomineerde kunstwerken te zien bij Kunsthuis de Permanente. De uitreiking van de Zwartwoud Hoza Designprijs vond op 5 november jongstleden bij ons plaats."

Uit handen van Ludo Zwartenkot, directeur van Zwartwoud, ontving de Groninger kunstenaar Wout Wessemius de meubelontwerpprijs voor zijn eigenzinnig ontworpen stoel. In het rapport van het winnende ontwerp gaat de jury verder in op de puurheid en eenvoud van de vorm en het materiaal. De twee vormen, het platte dunne vlak en de dikke ronde zitting, die tegen elkaar afgezet worden zijn heel mooi. Ook was de jury onder de indruk van zijn ontwerp een kapstok.

Als Zwartwoud 75 jaar bestaat is het de bedoeling dat de designprijs is uitgegroeid tot een nationaal erkende wedstrijd voor meubelontwerpers. Hoornstra: "Het mes snijdt op deze manier aan twee kanten. Het organiseren van de Designprijs 1994 brengt enerzijds publiciteit voor het organiserende bedrijf. Aan de ander kant biedt deze prijs de mogelijkheid aan ontwerpers om met het bedrijfsleven in contact te komen. Dit sluit precies aan bij het doel van de Permanente, namelijk: het stimuleren van de werkgelegenheid onder kunstenaars. Wij fungeren eigenlijk als intermediair tussen bedrijven en kun-



Het winnende ontwerp van Wout Wessemius







# kunsthuis

## nieuwsbrief

jaargang 2, nr.6 (september 1995)

Opening eerste expositie 8 september 17.00 uur



Werk van Rob Koot,  
George van Engelen  
en Pink Smeenge

George van Engelen

Verhuizing de Permanente naar Kreupelstraat 12 is rond

Kunsthuis de Permanente, Kreupelstraat 12, 9712 HW Groningen. Tel. 050 - (3)189983  
Opentijden: di. t/m vr. 10.00 - 21.00 u. / dond. 10.00 - 21.00 u.  
zat. 11.00 - 17.00 u. / zon. 13.00 - 17.00 u.

**Bestuur:**

Johan L. Meyering  
Wim Eilering  
Fokke Witteveen  
Adriëtte Hoppenbrouwers  
Bea Buikema

**Directie:**

André Hoornstra

**Managementteam:**

Tanja Sterk  
Thea Veldkamp  
Benjamin Kluter

**Medewerkers:**

Justine Bakker  
Willem Emans  
Heli de la Fosse  
Jolanda Gerrmann  
Jeroen Goulooze  
Charlotte Groenewold  
Ger van der Heyde  
Willie Horstman  
Edith Knoop  
Zita van der Linden  
Gerard Venema  
Machtelt de Vries

**Redactie:**

Jeroen Goulooze  
Bert Wolfkamp

Vormgeving / Layout:  
Addy Speelman (Konkread)

### Schilderijen van Rob Koot: 'Bij het ideale schilderij zou je bijna kunnen masturberen.'

'Mijn werk is rustiger geworden. Vroeger was ik eigenlijk een driftig manneke. Het moest eruit. Die emotie heeft plaats gemaakt voor evenwicht, voor de zoektocht naar het meest evenwichtige schilderij. Tegenwoordig kan ik enorm genieten van het construeren van wat voor mij de ideale compositie is. Het is een andere benadering. Meer constructivistisch, minder expressief. Tegenwoordig kijk ik meer naar het schilderij dan dat ik schilder.'

'Ik begin mijn schilderijen altijd in acryl, omdat ik snel wil werken. Acryl is gewoon in tien minuten droog. Dan kan je lekker doorbeuken. Als ik op een gegeven moment het idee heb dat het zijn voltooiing nadert, dan ga ik over op olie. Daar zit meer leven in. De ene keer smeert ik maar wat raak en dan gebeuren er leuke dingen, een andere keer werk ik vanuit figuratieve schetsen die steeds abstracter worden tot er uiteindelijk alleen maar vormen overblijven.'

'Het grond-idee ontstaat meestal vrij snel en dan ga ik zitten. En kijken. Hoe zit dat met kleur, hoe zit dat met compositie. Soms blijf je maar doorkloten en soms is het in een half uur goed. Of ik zet iets een maandje tegen de muur, kijk er weer naar en pats. Dan reageer ik puur op het schilderij en niet op wat er in mijn kop zit. Dat is dan verwaterd. Zo kom je heel impulsief tot een oplossing.'

'Ik begon ooit heel figuratief, heel verhalend en uiteindelijk is het meer naar de vorm gegaan. De vorm was altijd al belangrijker dan de inhoud. Wat vroeger een gezicht was, is nu een vorm. Ik weet niet waar het naar toe gaat, misschien gaat het uiteindelijk wel weer terug naar het figuratieve. Dat is in principe mogelijk. Het zal altijd wel een beetje blijven zweven tussen het expressionisme, de symboliek en het constructivisme. Maar ik ben niet zo stijl gebonden. Als ik zou vinden dat ik realistisch werk moest maken, dan deed ik dat.'



'Het verhaaltje achter mijn schilderijen is al die jaren hetzelfde gebleven. Alleen de vorm is veranderd. De vorm van de inhoud is veranderd. Als je begrijpt wat ik bedoel. Het verhaaltje gaat over dualiteiten en gevechten, dat tegen dat, twee tegen drie, één tegen één. Vroeger verbeelde ik dat puur figuratief, tegenwoordig gaat het om de vormen. Het kan van alles zijn, het kan romantiek zijn, het kan haat zijn, of een artikeltje in de krant. Maar dat is puur een aanleiding om dat ding te maken, meer niet.'

'Ik ben onder andere beïnvloed door de Blaue Reiter en het Expressionisme. Max Beckman is een van mijn grote voorbeelden. En jongens als Francis Picabia. Dat is iemand die een enorme vrijheid van stijl heeft, die constant van de ene stijl in de andere springt. Ik ben door deze mensen beïnvloed, maar dat is niet meteen in mijn werk terug te zien.'

'En natuurlijk zijn er de docenten op de AKI. Ik ben daar vijftien jaar geleden

afgestudeerd. Dat was niet het geringste park dat daar rondliep. Vrij genomen jongens als Lucassen en Vrijmoed. Die drukten toch een behoorlijke stempel op je ontwikkeling. Dat is absoluut niet verkeerd, je zit daar ook om wat te leren. Daar ben je student voor. Na de academie moet je je eigen weg zien te vinden.'

'Ik heb een volledige baan. Daar rol je in op een gegeven moment. Als je van het schilderen niet kunt bestaan en bijbaantjes zoekt om bepaalde zaken te kunnen bekostigen: atelier, materiaal. Maar ik ben geen zondagsschilder. Zo wordt het wel eens gezien. Een schilder die een volledige baan er naast heeft, die is op de een of andere manier niet professioneel bezig, denken men. Omdat hij per week maar 20 uur in het schilderen kan steken.'

'Ik merk dat een baan ernaast je vrijheid geeft. Je productie wordt minder, dat is vervelend, maar je probeert wel je eigen ding te doen, onafhankelijk

van iedereen. Het is verschrikkelijk om afhankelijk te zijn van allerlei commissies, de sociale dienst en dat soort zaken. Ik vind het prettig dat ik gewoon werk en dat ik geen zak met iemand te maken heb.'

'Dat is ook de kern van mijn problemen met de galeries van tegenwoordig. Ze belemmeren me in mijn vrijheid. Als ik ze mijn totale werk laat zien, dan wisselt dat te veel in stijl. Commercieel gezien is dat niet interessant voor die lui. Want wie is nou Rob Koot?'

'Wat ik maak daar heeft geen hond wat mee te maken. Als ik morgen een boom wil schilderen, dan schilder ik morgen een boom. Dat is voor mij duidelijk. Daarvoor heb ik die opleiding gedaan. Vrijheid daar gaat het om. Wat een ander mens daar van vindt dat is dan jammer. Als ik het niet maak, jammer. Dan ga ik wel meedraaien in de ploegdienst bij de suikerunie. Ik ga niet voor iemand anders een kunstje doen.'

'Die vrijheid vind je wel in het alternatieve circuit. Daar krijg je een kans om te laten zien wat je wilt. AORTA, een galerie in een kraakpand in Amsterdam, was daarom een geweldige plek. Ik heb daar ook een aantal maal geëxposeerd. Jammer genoeg moest dat afgebroken worden. W139, in de Warmoesstraat is ook een voorbeeld daarvan. Dat bestaat nog steeds. Dat soort jongens is niet met kunst bezig om het geld.'

'Maar wat is er overgebleven van het alternatieve circuit in de jaren 70 en 80? Er zijn ook van dergelijke galeries in Groningen geweest. Wat is daar nog van over? Niggendijker misschien. Maar die is er nieuw bijgekomen. Vroeger had je bijvoorbeeld de Jan Haan zaal. Die dingen zijn verdwenen. Het is allemaal zo zakelijk geworden. Ik denk dat dat absoluut nog een keer instort. Er gaat ook heel veel failliet.'

'Ik exposeer omdat het geil is. Het mooie van schilderen, dat is toch wel een soort zelfbevrediging. Daarnaast is het ook altijd leuk als een ander mens in jouw fantasie, in jouw zelfbevrediging kan meegaan.'

'Het ideale schilderij is iets waar je bijna bij zou kunnen masturberen. Zoiets. Als ik dat zou kunnen beleven. Voor de schilder zou dat zo moeten zijn. Als dat voor de kijker ook zo is, dan is dat mooi meegenomen. Al krijg je dan wel het videotheek-gevoel. Dáár is de trekhoek.'

Jeroen Goulooze, Bert Wolfkamp



Rob Koot



## Meubelen van Pink Smeenge: 'Er is een overeenkomst tussen verliefdheid en het bewonderen van een kunstwerk'

'Een goede muzikant is zowel een goed ambachtsman als een spiritueel iemand. Dat hoort bij elkaar. Zonder de techniek kan hij niet tot zijn muziek komen. De techniek geeft hem een zekere vrijheid om te doen wat hij wil. Het is een middel om net iets meer te kunnen zeggen. In die zin zijn mijn kasten ook niet alleen maar kasten. Dat is niet mijn bedoeling. Dan zou ik net zo goed bij een bedrijf kunnen gaan werken, een klein bedrijf dat ook wel leuke dingen maakt. Maar dat is mij echt niet genoeg. Dan heb ik het gevoel dat ik mijn leven voorbij laat gaan zonder te doen wat ik eigenlijk wil.'

'Ik heb een vakopleiding tot houtbewerker gevolgd, geen kunstacademie. Ik wou kijken of ik het wel kon, of ik er wel in zat. Ik weet niet precies hoe het er op de kunstacademie aan toe gaat. Ik ben daar niet geweest, ik ken het niet. Het is veel meer zoeken daar, veel meer experimenteren. Minder ambachtelijk.'

'Als je meer beeldend bent onderwezen, ga je gewoon met de vorm bezig, met klei, of wat dan ook. Dan hoeft het helemaal geen tafel te worden, de vorm is dan belangrijk. Vanuit een vorm die je gevonden hebt, kom je misschien op het idee om een tafel te gaan maken. Dat is bij mij helemaal omgekeerd. Ik heb eerst een tafel en dan ga ik er dan een vormbijzoeken. Ik varieer met het archetypen van de tafel. Soms heb ik het idee dat het op een andere manier zou kunnen, maar die is mij niet eigen.'

'Ik voel me wel eens beperkt door mijn ambachtelijke kennis, het is een beetje een rechte straat eigenlijk. Daar staat tegenover dat sommige kunstenaars zich puur door het materiaal laten leiden terwijl ik alles kan maken dat ik wil. Het is wel prettig om precies te weten wat je nodig hebt, dat je precies weet hoe je het moet maken. Je kan onderweg natuurlijk van alles tegenkomen. Maar ik leg het materiaal wel mijn wil op.'

'Ik denk wel dat het bij me past, zoals ik het doe. Het is een stuk karakter. Ik probeer wel eens wat, ik speel wel eens wat, maar op den duur leidt



Pink Smeenge

het altijd weer tot iets functioneels. Op de kunstacademie hoeft het niks te zijn. Het is kunst, meer niet.'

'Als iets functioneel is, heeft het ook een plaats in je leven. Ik heb wel een aantal stukken hout thuis liggen die alleen maar mooi zijn. Maar dan denk ik toch van gooi maar in de kachel of doe er iets mee. Anders is het niet af, heeft het geen vorm.'

'Wat mij inspireert zijn de meubels uit het begin van deze eeuw. Jugendstil, art deco, Wiener Schule, Wiener Werkstatte, en dan had je in Engeland nog zo'n soort beweging. Macintosh en Frank Lloyd Wright. Daar zijn de stoelen en de kastjes op geïnspireerd. De stoelen en kasten die op deze tentoonstelling te zien zijn hebben duidelijk een andere stijl dan voorgaand werk.'

'Mijn meubelen zijn vaak heel robuust, maar ook heel kwetsbaar. Dik tafelblad met dunne, scherpe rand. Het is kwetsbaar en sterk. Die bijzet-tafeltjes die hebben een heel dik tafelblad en dan zijn die poten heel dunne-

tjes. Maar dat is niet alles. Het zit ook in bepaalde details in het hout. Bepaalde tekeningen en kleurcombinaties. Licht hout en donker hout. Kwetsbaar en sterk, dat is in ieder geval een mooie paradox.'

'Je ziet soms van die mensen die lijken heel sterk, zien er sterk uit aan de buitenkant. Vaak ook fysiek nog. Grote bek en harde blik of zo. Maar zo'n hartje, hè. Als het om gevoelens gaat zijn ze niet thuis. Dan lopen ze hard weg, deur dicht. Terwijl iemand die er lichamelijk dan wat minder sterk uitziet, die is juist heel sterk. Als het om gevoelens gaat, of om aanwezigheid, persoonlijkheid.'

'Soms vraag ik het mezelf wel eens af waarom ik dit doe. Ik denk dat de diepste drang toch is om iets neer te zetten dat mensen beroert. Of iemand het nou mooi vindt of niet, als mensen maar reageren. 'Nou, kut.' Dat is een reactie. Dan kun je weer vragen, waarom is dat kut. Maar als mensen alleen maar zeggen

dat is mooi, dan vind ik dat heel erg saai. Ik weet ook wel dat het mooi is. Praat eens wat verder dan.'

'Ik wil iets maken dat gebruikt kan worden, maar het moet ook mooi zijn. Een meubel is voor mij ook iets spiritueels. Een kast is niet zomaar een kast waar je iets indouwt en dan doet. Het moet iets meer uitstralen dan dat, een bepaalde schoonheid.'

'In de meeste winkels zie je de massaproductie. Al die meubelen zijn dood over het algemeen, die stralen niks meer uit. Zo mechanisch, zo strak. Daar zit geen enkel karakter meer in geen eigenheid, geen persoonlijkheid.'

'Het is voor mij aardig duidelijk dat ik niet in een grote industrie wil werken. Ik wil niet te veel bijdragen aan de vervuiling van de omgeving. Met spaanplaat en met kunststoffen wil ik eigenlijk nooit werken. Ik werk altijd met natuurlijk materialen. Staal hout, koper, messing, brons, aluminium. Ik gebruik veel gerecycled hout, uit de container of van de sloop. Ik koop wel eens een stukje tropisch hout, maar



niet teveel. Ik wil niet vervuilen produceren. Verven doe ik nooit, ik werk met olie. Ik heb wel met lakken geëxperimenteerd, maar die plastic-achtige uitstraling stond me niet aan.'

'Het spirituele zit hem niet in de materie. Materie is niet spiritueel. Het moet de geest als het ware vangen. Het is een universele geest. Ik ben vertolker van die geest.'

'Ik zie die meerwaarde wel terug in mijn meubelen, maar dat hoeft een ander niet te zien. Je kunt dat een ander toch niet opleggen. Mensen worden geraakt. Als ze iets kopen dan klikt het. Het is meer een gevoelskwestie. Ze worden er verliefd op.'

'Voor mij is er een overeenkomst tussen verliefdheid en het bewonderen van een kunstwerk. Ik was laatst op een tentoonstelling met Jugendstil. Daar zit een enorme aandacht, een enorme passie in, een enorme concentratie, een enorme inzet. Dat straalt het gewoon uit. Er zit ook veel erotiek in door al die gebogen vormen. Daar wordt ik zelf erg erotisch van. Ik kan verliefd worden op een meubel. Dat is natuurlijk wel anders dan verliefd worden op een vrouw, maar er is een overeenkomst. Er is natuurlijk minder communicatie dan met een levend wezen.'

'Een bed daar bedrijf je de liefde in, je wordt er vaak in geboren, je sterft er, een derde van je leven breng je er in door. Je hebt daar je dromen. Je hebt er contact met de onbewuste zaken in jezelf. Een stoel waarin je zit, te denken, te eten. Die meubelen hebben daardoor veel symbolische waarde.'

'Ik wil iets uitbeelden dat je eigenlijk niet kunt uitbeelden. Het is heel vluchtig. Het leven beweegt, het leven stroomt. Terwijl een tafel en een stoel, die zijn statisch. Dat is zo en dat blijft zo. Dat gaat niet opeens van vorm veranderen. Een muziekstuk doet dat wel.'

'Ik ben heel erg met jazz bezig geweest. Daar kunnen ze een bestaand stuk op honderd verschillende manieren spelen. Dan heb ik het over de klassieke jazz, de conservatieve jazz zou ik bijna zeggen, de jazz van de jaren vijftig en zestig. De jazz waarin het soleren en het improviseren belangrijk is. Waar de muzikant de vakman is op zijn instrument. De muziek is wel iets dat stroomt en beweegt. Een muziekstuk gaat voorbij. Je kunt van geen enkel moment zeggen 'Dit is het'. Dat is het verschil met zo'n meubel. Een stoel blijft altijd een stoel.'

Jeroen Goulooze

## Meubels van George van Engelen: Een brief

Ten Post, 27 augustus

Beste jeroen,

Het is jammer dat we niet iets meer tijd hebben gehad voor het interview; dat zou de reden kunnen zijn dat ik niet helemaal tevreden ben met het resultaat. Uit jouw reactie begreep ik dat, weliswaar om andere redenen, jij die ontevredenheid deelt. Met de door jou gekozen opzet ben ik het wel eens. Die volgorde hou ik ook aan en gebruik citaten uit jouw eerste opzet.

Meubels van George van Engelen: Als kleine jongen was ik vaak bij mijn opa. Die had een meubelwerkplaats. Daardoor heb ik al heel vroeg kunnen zien dat meubelmaken een boeiend vak is. Later koos ik, in eerste instantie, voor het vrije kunstenaarschap. Misschien was dat ook de leeftijd. Toen mijn opa overleed kreeg ik zijn hele uitrusting; van die prachtige blokschaven, profielschaven, de werkbank, dat soort dingen.

Het was zeker niet zo dat door die erfenis ik de dwang voelde in zijn voetsporen te treden maar het heeft natuurlijk wel invloed gehad. Nog steeds zijn zijn aantekeningen en blauwdrukken een bron van kennis en inspiratie.

Op een gegeven moment vond ik mijn vrije werk niet bevredigend meer. Het blijven altijd maar objecten die ergens staan en daardoor in mijn ogen weinig gebruikswaarde hebben. Daarom ben ik meubels gaan maken. Zelf vind ik het niet zo'n overgang van mijn vrije werk naar meubels. De houding is dezelfde.

Hiervan had ik je graag wat voorbeelden willen laten zien; voorbeelden van beelden die heel duidelijk een overgang vormen van de vrije beelden die ik maakte en de meubels waar ik mij nu op richt. Maar de tijd was te beperkt.

Het onderzoek dat in mijn meubels zit, vindt al plaats voor ik het ga maken. De creativiteit ligt meer in het maken zelf.

Mijn meubels ogen tijdloos. Het is niet het design om wille van de moderniteit; gezochte oplossingen omdat het anders lijkt op wat er al is. Ik probeer met klassieke elementen iets nieuws te maken.

Ik gebruik vormen en materialen die een comfortabel gevoel geven. Daarom vind ik leer erg geschikt als bekleding van een tafelblad. Het is nooit koud, het neemt direct de temperatuur van je huid aan. En er zit een mooie, natuurlijke structuur in. Ik werk vaak met ovalen. Ik vind dat een prachtige economische vorm.

Jeroen, om tegemoet te komen aan je wens af te wijken van het in jouw ogen zakelijke betoog wil ik hieraan toevoegen dat er ook op emotionele gronden keuzes worden gedaan. Dat kan ook niet anders als je een vorm onder je ogen gestalte ziet krijgen en je met je handen voortdurend die vormen aftast. Of die emoties uiteindelijk goed zijn uitgedrukt en overkomen is de vraag. Maar ik ga dat niet uitleggen. Het meubel moet zonder hinderlijke ruis kunnen communiceren met degene die het gebruikt of er naar kijkt, niet gestuurd door mijn bedoelingen.

In mijn opdrachten werk ik vanuit hoe mensen wonen. Soms adviseer ik over de totaalrichting en over wat voor kleuren er gebruikt zouden moeten worden.

Ik hoef niet perse één bepaalde stijl te hanteren. Je zet gewoon dingen naast elkaar. Dat is ook het leven denk ik. Dat je geboeid bent, geboeid kunt raken door allerlei verschillende elementen. En dat die naast elkaar kunnen bestaan. Een mens is niet eenzijdig.

Een van die stoeltjes die ik ontworpen heb wil ik in productie laten nemen; een puur stalen uitvoering met een rubberen zitting. Dat iets in productie genomen wordt kan een goede basis zijn van waaruit ik verder kan werken.

Aan zo'n keuze zitten natuurlijk veel haken en ogen. Want op welke schaal moet je dan opereren en wat moet je inleveren op het oorspronkelijk ontwerp.

Nu richt ik me heel specifiek op de eisen van een bepaalde klant. En dan is dat zo specifiek dat je het maar heel moeilijk kan toepassen voor iemand anders. De ontwerp- en ontwikkelingskosten zijn erg hoog. Je leert wel veel, maar je investeert ook ontzettend veel.

Als ik werk uitbesteed is dat aan mensen die met hart en ziel aan mijn produkten werken. Ik wil kunnen verantwoorden wat onder mijn naam de deur uit gaat.

Beste Jeroen, volgens mij moet je hier mee uit de voeten kunnen, een volgende keer nemen we er beslist meer tijd voor.

Groeten George van Engelen





kunsthuis

# nieuwsbrief

jaargang 2 - nr. 7 - oktober 1995

Opening expositie:  
zondag 8 oktober om 16.00 uur



Van 8 okt t/m 3 nov werk van  
Richard Huysmans & Jan Paul Vries

Kunsthuis de Permanente, Kreupelstraat 12, 9712 HW Groningen. Tel. 050 - (3)189983  
Openings tijden: di. t/m vr. 10.00 - 18.00 / dond. 10.00 - 21.00  
zat. 11.00 - 17.00 / zon. 13.00 - 17.00

#### Bestuur:

Johan L. Meyering  
Wim Eilering  
Sip Hofstede  
Fokke Witteveen  
Adriëtte Hoppenbrouwers  
Bea Buikema  
Gerdien Postma

#### Directie:

André Hoornstra

#### Managementteam:

Tanja Sterk  
Thea Veldkamp  
Benjamin Kluter

#### Medewerkers:

Justine Bakker  
Willem Emans  
Heli de la Fosse  
Gerard Franke  
Jolanda Gerrmann  
Ronald Grijpstra  
Jeroen Goulooze  
Ger van der Heijde  
Willie Horstman  
Edith Knoop  
Zita van der Linden  
Gerard Venema  
Machtelt de Vries

#### Redactie:

Jeroen Goulooze  
Bert Wolfkamp

Vormgeving / Layout:  
Addy Speelman (Konkread)

## De portretten van Jan Paul Vries: Gewoon omdat dat spannender is.

Jan Paul Vries schildert voornamelijk portretten, niet omdat ze goed verkopen maar omdat hij het spannend vindt

Op de voorpagina van het NRC-Handelsblad stond enige tijd geleden dat niet alleen politici en bedrijven aan marktonderzoek doen, maar dat ook kunstenaars tegenwoordig naar de stem van het publiek luisteren. Volgens het onderzoek kijkt het grote publiek het liefst naar landschapschilderijen. Jan Paul Vries weet uit ervaring dat dat zo is. Maar toch maakt hij liever portretten. Haast tegen beter weten in. Gewoon omdat dat spannender is.

In zijn portfolio zitten veel modellen en portretten. En ook een aantal landschappen. Warme kleuren. Veel kleuren. Een spel met contrasten. In sombere tijden heeft Jan

Paul Vries wel geprobeerd sombere schilderijen te maken. Maar wat kleur betreft is dat nooit gelukt. Ze stralen een zekere melancholie uit, maar ze blijven altijd kleurrijk. Ook de landschappen zijn kleurrijk. Ze lijken daarom on-Nederlands. Toch zijn ze voor het grootste deel in Groningen gemaakt. Nederlandser kan haast niet.

Het liefst schildert hij die landschappen in oktober en november. Zo tegen een uur of vier is voor hem de beste tijd. Hij gaat met zijn gezicht naar het oosten staan, met zijn rug naar de zon. De lucht is bewolkt, van die gitzwarte wolken. De zon staat inmiddels zo laag dat die onder de wolken door schijnt. Wat hij voor zich ziet wordt fel belicht. En dan ontstaat er een sterk contrast. Op zijn doeken speelt hij daarmee. Hij versterkt dat, hij buit het uit.



Een aantal landschappen zijn niet in Nederland gemaakt. Ze zijn gemaakt in een gebied in de Pyreneeën waar Chaim Soutine (1894–1943) veel schilderde. Die schilder is een van zijn voorbeelden.

Ook bij zijn portretten en zijn modelschilderingen speelt hij met contrasten. In kleur, maar ook in vorm. Als een model lang is en dun, wordt diegene nog langer en dunner. Onregelmatigheden in het gezicht worden door hem geaccentueerd.

Er komt een schilderij op de tentoonstelling van een vrouw met een Indische vader en een hollandse moeder. Ze heeft blond haar en bruine ogen, ze heeft één Indisch oog en één Europees oog. Dat hoefde hij niet meer te overdrijven.

De landschappen van Jan Paul Vries verkopen het best. Wat dat betreft weet hij uit ervaring dat het bericht over het marktonderzoek klopt. Toch schildert hij het liefst portretten. Dat is spannender.

Een tijd geleden woonde hij midden in het centrum. Toen was het gemakkelijk om aan modellen te komen. Hij loopt de deur uit en stapt een café binnen. Hij ziet iemand en denkt 'Verdomd, die heeft een mooie kop'. Daar begint de spanning al. Hij benadert ze. Voorzichtig zeggen: 'Wat heb je een mooie kop, ik wil je schilderen'.

Soms zegt iemand: 'Hé, heb je geen betere manier om me te versieren?' Maar negen van de tien keer krijgt hij wat hij wil. Vervolgens komt diegene bij hem thuis. Hij heeft gezegd dat hij het kan, hij heeft

gezegd dat hij portretschilder is. En dan moet hij dat laten zien ook.

Als hij met een landschap bezig is komt er misschien eens een boer voorbij die zegt dat het niks lijkt. Of misschien zegt hij wel dat hij de kerk van dat en dat dorp er in herkent. Eén van de twee. Maar dat landschap, dat protesteert niet, dat gaat niet teleurgesteld de deur uit. Dat landschap denkt niet: 'Goh, ben ik zo lelijk.'

Is een portret van iemand schilderen een vorm van beminnen? Volgens Jan Paul Vries zegt die omschrijving aan de ene kant te weinig en aan de andere kant te veel. Het is een spannende gebeurtenis, dat komt steeds weer terug. Een persoon stelt zich helemaal ter beschikking van de schilder. En die schilder doet vooral zijn best om zijn model niet teleur te stellen.

De schilder zet iemand voor zich neer, hij zorgt dat zijn model goed verzorgd is. Wat hij wil eten en drinken is er en de muziek die hij wil horen is er ook. En dan gaat het loos. Een model begint heel fris, maar na verloop van tijd zakt iemand in. Dan zie je al een verschil in pose. En in het menselijke. Sommige vechten daar tegen, sommige niet, die gaan gewoon zitten mediteren. En de schilder gaat zijn gang. Ook daar ligt spanning.

Er kan soms een erotische vleug hangen, maar het is niet alleen dat. Toen hij na jaren weer eens sprak met iemand die een tijdlang zijn vaste model was, beaamde ze dat er altijd een erotische spanning hing tijdens het werken. Het was de eerste keer dat hij dat hoorde. Dat was nooit eerder uitgesproken. Het zou kunnen dat dat altijd zo is. Maar bij een aantal portretten die hij gemaakt heeft van muzikanten speelde dat juist weer niet. Toch was ook dat spannend om te doen.

Jan Paul Vries heeft de indruk dat portretten de laatste tijd weer in zwang komen. Volgens hem is het een tijdlang een soort verboden gebied geweest. En zeker om het te doen zoals hij het doet. Want hoe hij ook vervormt, de mensen zijn wel te herkennen.

Jeroen Goulooze



Jan Paul Vries



## Schilderijen van Richard Huysmans: De heroïek voorbij

"Op weg hiernaartoe zat ik me te bedenken waarom ik eigenlijk zo vaak ridders schilder. Die vraag wordt me namelijk altijd gesteld. En ik heb er nooit een duidelijk antwoord op. Het is gewoon iets dat heel veel terugkomt in mijn werk: oorlog en geweld.

"Ik probeer die ridders als mensen af te beelden, niet als heldhaftige strijders. Als ridders die eigenlijk een beetje twijfelen. Er bestaat een soort soldatenromantiek van uniformen, de roes van de overwinning en dat soort gein. Maar uiteindelijk kom je misschien ook weer thuis en blijkt er een bom op jouw huis gegooid te zijn. Dan is dat hele heroïsche opeens voorbij.

"In mijn nieuwe serie, waar ik nu aan werk, gaat het om oorlog en geweld van vroeger en nu, de link daartussen. Ik heb bijvoorbeeld een oud schilderij van Velasquez genomen, 'De executie van de Spaanse patriotten door het Franse regeringsleger'. Dat portret is bij mij op een bepaalde manier verdraaid. Kleine dingetjes. In plaats van de berg, waar de mensen tegen aan worden gezet, zie je een Amerikaans winkeltje. En de figuurtjes zijn nu geen soldaten maar mensen in een gevangenenhouding.

"Ik hoop dat, naast het feit dat mensen zo'n schilderij mooi of lelijk vinden, ze daar ook iets uit oppikken. Neem Bosnië bijvoorbeeld. Iedereen zegt: 'Hoe kan je daar nu iets aan doen? Er gebeurt daar zoveel. Het lijkt gewoon of je machteloos bent.' Maar je daar bij neer leggen is misschien nog erger. Ik wil in mijn werk blijven proberen in te gaan tegen wat niet goed voelt.

"Dat hangt eigenlijk samen met wat misschien wel het belangrijkste is voor mij: het laten zien dat je je eigen weg kunt volgen. Aan mezelf maar ook aan anderen. Zelf na kunnen denken over dingen en je niet overgeven aan de commercie door alleen maar opdrachtes te maken.

Je kunt jezelf de vrijheid toeëigenen om te maken wat je wilt. Het kost alleen veel meer moeite om het te verkopen.

"Je komt geen galeries tegen die samen met jou wat op gaan bouwen. Die zeggen 'ik ben aan het investeren, jij moet investeren, laten we samen voor een bepaalde tijd aan de slag gaan'. Of je moet een naam hebben, of het is korte termijn werk. Een of ander kantoor in noem

tot ik een winkelier heb gevonden die zegt 'mij best, doe het maar, ik zie het wel'. Die mij de vrije hand geeft. Er zijn ook wel winkels geweest die in eerste instantie akkoord gingen en dan een dag later toch iets met schoenen wilden hebben. Of een etalagepop er bij en iets met spijkerbroeken. Dan is dus het hele idee wat ik had weg en ook de motivatie om voor bijna kostprijs iets te maken.

"Dat buitenwerken is nu een soort kat-en-muisspel geworden. Je loopt namelijk aan tegen allerlei gemeente-verorderingen. Op het Sint Janskerkhof in Utrecht mocht ik een schildering op een bloemenkraam niet afmaken. De gemeente kwam naar me toe en zei 'dit is een historisch plein en omdat het een historisch karakter heeft moet het ook historische kleuren hebben'. Toen moest ik het overschilderen. Alles in groen. Aan deze kant heb ik er 'Richard Huysmans huilt' onder gezet. Zolang ik niet ergens anders naar toe mag ben ik heel verdrietig.

"Het is weer zo'n systeem waarvan je denkt 'hoe kan ik daar iets aan doen, hoe kan ik daar met mijn eigen leven, mijn eigen manier van werken iets tegen doen?' Zij hebben het liefst dat de deuren grijs zijn en de ruiten groen, enzovoort. Ik wil daar juist mee spelen. Dat was op het Sint Janskerkhof, vond ik, wel gelukt. Het is een heel oud

plein, met een kerk en van die grote statige huizen eromheen. En dan zie je daar in één keer dat kleine bloemenkioskje waar aan alle kanten de kleuren er uit knallen. Het was een heel vrolijk iets.

"Ik begrijp nu een beetje hoe de gemeente werkt. Zij hebben hun regels, hun wetgeving, hun stramien. Maar ik ga het gewoon anders doen. Voor volgend jaar heb ik een brugwachtershuisje gevonden. Dat ligt een beetje aan de rand van de stad."

Bert Wolfkamp



Richard Huysmans

maar een stad, daar hebben ze gevraagd naar een abstract werk in groen, zwart en rood, kun jij dat even maken. Als je daar zo'n tweeënhalf jaar mee bezig bent geweest wordt dat vervelend. Daarom wil ik ook zelf de zakelijke kant aanpakken. Dan heb ik veel meer garanties dat ik zelf aan het roer blijf, dat ik zelf de beslissingen blijf nemen.

"Behalve schilderijen en zeefdrukken maak ik ook muurschilderingen, in de stad. Bijvoorbeeld op rolluiken van winkels. Daar werkt het hetzelfde. Ik blijf net zolang zoeken



## Multi-mediaprojekt 'Gothick'

- December volgend jaar staat Groningen iets spannends te wachten. In samenwerking met het Centrum voor Beeldende Kunst, de Openbare Bibliotheek en schrijversgroep 'Het Literair Produkt' organiseert Kunsthuis de Permanente een multi-mediaprojekt rond het romantische thema 'Gothick'. Het thema zal worden uitgewerkt in exposities van beeldende kunst, literaire bijdrages, een modeshow en mogelijk een audiovisuele bijdrage.

'Gothick' of 'Gothic' is een romantische stroming die vanaf ± 1740 in met name de Angelsaksische wereld een enorme spurt heeft genomen en momenteel wederom in Engeland, maar ook in de V.S. opnieuw tot

bloei komt. Kort en bondig kan 'Gothick' als sfeerkader het beste worden omschreven als het midden houdend tussen 'Hunkering & Huivering'. 'Gothick' als meest intense uiting van de Romantiek flirt en dweept evenredig met zowel angst- als lustgevoelens. Zo lezen we in het *Lexicon van Literaire Termen* onder meer het volgende over de Gothic Novel: –Roman waarin overvloedig gebruikt wordt gemaakt van geheimzinnige, spookachtige en bovennatuurlijke elementen (vampiers, spoken, spiritisme). De handeling is meestal grotesk en wordt vaak gesitueerd in de middeleeuwen. Het decor is huiveringwekkend (kasteelruïnes, kloostergangen etc.) en de sfeer is beklemmend doordat het verhaal zich

dikwijls afspeelt in de duisternis. Motieven van bezitsdrang, begeerte en kennisdrang zijn typerend voor dit genre.//.

In een briefing die begin november a.s. aan geïnteresseerde kunstenaars en schrijvers wordt verstrekt, wordt 'Gothick' als een intrinsiek gegeven benaderd, een duistere Muze die meer afhankelijk is van de complexiteit van de menselijke psyche dan de vormtaal van een bepaalde periode uit onze geschiedenis. Want hoewel 'Gothick' als een specifiek sfeervocabulair doordrenkt is van de tijdgeest van de 18<sup>e</sup> eeuw, is haar kern, de affiniteit met het duistere, al zo oud als de mensheid zelf. De Romeinen kochten bijvoorbeeld al speciale toeristische spookkaarten waarop beroemde spookplekken in Griekenland waren aangegeven, vergelijkbaar met de hedendaagse *Ghosttours by Bus* in York, Edingburg en Chicago. Schrijvers als Seneca, Apuleius en Lucius schreven in de oudheid al 'Gothic Novels', lang voordat deze term zijn opgang maakte en de Gothic Novel wereldberoemd werd dankzij schrijvers als Bram Stoker, Mary Shelley en Edgar Allan Poe.

Het Gothick-projekt vindt plaats in december 1996. Tot die tijd houdt Kunsthuis de Permanente u op de hoogte van de stand van zaken die wordt aangevuld met een aantal interessante artikelen over 'Gothick hot-items' als vampiers, femmes fatale, spookhuizen en andere Adams Family Matters.



Henry Fuseli: 'The Nightmare'

## What's in Store? oktober '95

- De Open Stock Shop van Kunsthuis de Permanente neemt een unieke plaats in in het Groninger expo-gebeuren. In deze kunstwinkel, waarin de nadruk ligt op toegepaste kunst, kunnen kunstenaars en vormgevers tegen het geringe bedrag van 30 gulden inbrenggeld en een lage provisie, gedurende één maand één of meerdere kunstwerken en designstukken exposeren. De kunstenaar bouwt naamsbekendheid op, heeft een redelijke verkoopkans

en mag indien hij of zij een uitkering heeft de expositie in de Open Stock Shop noteren als een sollicitatie. Dit alles zonder zich hiervoor in de schulden te moeten steken. Met name aan jonge, pas afgestudeerde, maar daarom niet minder getalenteerde kunstenaars biedt de Open Stock Shop een unieke mogelijkheid zich professioneel op de kunstmarkt te geven.

Het assortiment van de kunstwinkel wisselt iedere maand voor een belangrijk deel. Via de rubriek 'What's in Store' houden we u daarom ook iedere maand op de hoogte

omtrent de nieuwe inbreng van het werk van kunstenaars. In de maand oktober '95 wordt de Open Stock Shop ingericht met nieuw werk van:

Alex den Braver ●  
Christine Bugel ●  
George van Engelen ●  
José den Hartog ●  
Annelies Hoornweg ●  
Benjamin Kluter ●  
Paul Kruize ●  
Hans Meulman ●  
Tine Rinds ●  
Pink Smeenge ●  
Anne Veen ●  
Renee Vos ●



## Permanente gaat dicht

**K**unsthuis de Permanente sluit 1 januari de deuren aan de Kreupelstraat. Zonder een structurele bijdrage van de lokale overheid lukt het niet de expositieruimte open te houden. Het podium richtte zich vooral op jonge en/of startende beeldende kunstenaars, die er in verregaande mate hun ideeën konden verwezenlijken.

Daarmee werd getracht een bijdrage te leveren aan de ontwikkeling van kunstenaars en het kunstklimaat in het algemeen. De Stichting de Permanente blijft wel bestaan, als trajectorganisatie voor kunstenaars en wordt ondergebracht bij het Kunstencentrum aan de Walstraat.

13) De Groninger Gezinsbode, vrijdag 16 december 2005, voorpagina



# Bijlagen





Dossiernummer: 41012946      Blad 00001

Uittreksel uit het handelsregister van de Kamer van Koophandel

\*\*\*\*\*  
 \* Op 25-04-2008 is de registratie beëindigd in verband met einde \*  
 \* liquidatie met ingang van 01-04-2008. \*  
 \* Laatstelijk stond ingeschreven: \*  
 \*\*\*\*\*

Rechtspersoon:

Rechtsvorm	: Stichting .....
Statutaire naam	: Stichting de Permanente .....
Statutaire zetel	: Groningen .....
Adres	: Walstraat 34, 9711VS Groningen .....
Correspondentieadres	: Postbus 1633, 9701BP Groningen .....
Telefoonnummer(s)	: 0508507100 .....
Faxnummer	: 0508507117 .....
E-mailadres	: w.nauta@kunstencentrum.nl .....
Akte van oprichting	: 27-04-1994 .....
Akte laatste statuten- wijziging	: 04-01-2002 .....
Ontbinding, reden ontbinding:	: 03-04-2007, door Besluit van de algemene .....
	vergadering/stichtingsbestuur .....
Einde liquidatie	: 01-04-2008 .....
Activiteit	: Kunstbevordering .....

-----  
 Commissaris (sen) :

Naam	: Raatjes, Hindrik .....
Geboortedatum en -plaats	: 29-05-1956, Veendam .....
Infunctietreding	: 12-04-2002 .....
Titel	: Lid van de raad van toezicht .....
Bevoegdheid	: Niet bevoegd .....

Naam	: Meijer, Jolanda Elisabeth .....
Geboortedatum en -plaats	: 19-01-1952, Veendam .....
Infunctietreding	: 01-01-2002 .....
Titel	: Lid van de raad van toezicht .....
Bevoegdheid	: Niet bevoegd .....

Naam	: Zwiep, Homme .....
Geboortedatum en -plaats	: 15-01-1965, Ruinen .....
Infunctietreding	: 01-01-2002 .....
Titel	: Lid van de raad van toezicht .....
Bevoegdheid	: Niet bevoegd .....

08-03-2018      Blad 00002 volgt.





Dossiernummer: 41012946

Blad 00002

---

Naam :Cornelis, Wilhelm Marinus .....  
 Geboortedatum en -plaats :25-04-1949, Groningen .....  
 Infunctietreding :01-01-2002 .....  
 Titel :Lid van de raad van toezicht .....  
 Bevoegdheid :Niet bevoegd .....

Naam :Jennekens, Armand Theodorus Wilhelmus Johannes .....  
 Geboortedatum en -plaats :10-12-1948, Didam .....  
 Infunctietreding :23-08-2002 .....  
 Titel :Lid van de raad van toezicht .....  
 Bevoegdheid :Niet bevoegd .....

-----  
Overige functie(s):

Naam :Brouwer, Jan .....  
 Geboortedatum en -plaats :25-06-1952, Oudenrijn .....  
 Functie en infunctietreding :Vereffenaar, 03-04-2007 .....  
 Bevoegdheid :Alleen/zelfstandig bevoegd .....

Naam :Stichting Kunstencentrum Groningen .....  
 Adres :Walstraat 34, 9711VS Groningen .....  
 Inschrijving handelsregister  
 onder dossiernummer :41010980 .....  
 Functie en infunctietreding :Bewaarder van boeken en bescheiden, 01-04-2008

---

Alleen geldig indien door de kamer voorzien van een ondertekening.

Uittreksel is vervaardigd  
 op 08-03-2018 om 11.23 uur

Voor uittreksel

F.R. Sweertman  
 Manager Centrale Prod.en Backoffice

## DE PERMANENTE

### ADRESSENLIJST MEDEWERKERS KUNSTHUIS DE PERMANENTE PER 5 APRIL 1995

**Stichting Kunsthuis de Permanente**  
**Grote Markt 43A**  
**9711 LW Groningen**  
**050-189983**

(B= Bestuur)

Ricky v/d Berg	Benjamin Kluter
Guus Boltendal	Chris Koster
Carolien Eernstman	Dian Medema
Wim Eilering (B)	Barth Medema (B)
Heli de la Fosse	Johan Meyering (B)
Jolanda Germann	Gerdien Postma (B)
Jeroen Goulooze	Stella van Rijn (B)
José den Hartog	Tanja Sterk
André Hoornstra	Thea Veldkamp
Adriëtte Hoppenbrouwers (B)	Danny Weeland
	Fokke Witteveen

Bijlage 2) Medewerkers Stichting Kunsthuis De Permanente, 05-04-1995



Bijlage 3) Kunst & Commercie

Een productieontwikkelingsverslag van het project 'De Permanente'  
Fedde Benedictus, 26-01-1995

# KUNST & COMMERCIE

Een produktontwikkelingsverslag van het projekt 'de Permanente'

Fedde Benedictus 1995



**VOORWOORD**

Deze map bevat het verslag over projekt 'De Permanente'. De Permanente is een stichting die als doelstelling nastreeft het presenteren van een groot kunstaanbod aan een breed publiek.

Het projekt is reeds in werking dus tijdens het schrijven van dit verslag zijn er telkens wijzigingen in bepaalde situaties aangebracht. Hierdoor kunnen bepaalde details van dit verslag niet helemaal overeenkomen met de praktijk bijvoorbeeld omdat er nieuwe projekten in werking zijn getreden.

In dit verslag worden de grote lijnen uiteengezet aangaande de activiteiten die de Permanente momenteel onderneemt en die de Permanente in de nabije toekomst wil gaan organiseren.

Bovendien bevat dit verslag een uitgebreid doelgroeponderzoek waarin een duidelijk beeld van de doelgroepen van de Permanente wordt geschetst.

Groningen, 26 januari 1995

Fedde Benedictus  
Marketing & commercie Kunsthuis de Permanente

---

## INHOUDSOPGAVE

<b>1</b>	<b>De Permanente inleiding</b>	<b>5</b>
	1.1 Inleiding	5
	1.2 De huidige situatie	5
	1.3 Doelstellingen	6
	1.3.1 Algemene doelstellingen	6
	1.3.2 Ondernemingsdoelstelling	6
	1.3.3 Marketing doelstelling	6
	1.4 Doelgroepen	6
	1.4.1 De kunstenaars	7
	1.4.2 Prospects	7
<b>2</b>	<b>Marktafbakening</b>	<b>9</b>
<b>3</b>	<b>Analyse</b>	<b>10</b>
	3.1 Inleiding	10
	3.2 Landelijk kunstbeleid (macro)	10
	3.2.1 Internationalisering	10
	3.2.2 Eigen inkomsten	11
	3.3 Inventarisatie van de markt (macro)	11
	3.3.1 De consument	11
	3.3.2 De markt	12
	3.4 Prospects (micro)	13
	3.4.1 Soorten prospects	13
	3.5 Concurrentie analyse (micro)	14
	3.5.1 Algemene concurrentie	14
	3.5.2 Concurrenten Permanente	14
	3.5.3 Sterkte/zwakte concurrentie	15
	3.6 SWOT-analyse	17
	3.6.1 Sterktes	17
	3.6.2 Zwaktes	17
	3.6.3 Kansen	17
	3.6.4 Bedreigingen	18
	3.7 Samenvatting en conclusie	18
<b>4</b>	<b>Doelgroep onderzoek</b>	<b>19</b>
	4.1 Inleiding	19
	4.2 Doelgroep van het onderzoek	19
	4.3 Doel van het onderzoek	19
	4.4 Vraagstelling	20
	4.5 Onderzoeksvragen	20
	4.6 Opzet van het onderzoek	20
	4.6.1 De omvang van de vragenlijsten	20
	4.6.2 De verspreiding van de vragenlijsten	21



4.6.3	Verwerking van de onderzoeksgegevens	21
4.7	De uitkomsten van het onderzoek	22
4.7.1	De doelgroep	22
4.7.2	Het aantal bezoeken en de reden van het bezoek aan de binnenstad	23
4.7.3	De kunstkopers	24
4.7.4	De niet kunstkopers	26
4.7.5	Culturele interesse's van de doelgroep	31
4.8	Conclusies	32
4.8.1	De kunstkopers die geïnteresseerd in de Permanente zijn	33
4.8.2	De potentiële kunstkopers	34
4.9	Aanbevelingen	35
5	Positionering binnen de kunstmarkt	37
5.1	Inleiding	37
5.2	Doelgroep	37
5.3	Unique Selling Proposition	38
5.4	Produktgroep	38
5.5	Prijs	39
6	Creatie	40
6.1	Formule Kunsthuis	40
6.2	Mogelijkheden opzet van Kunsthuis de Permanente in een nieuw pand	40
6.3	Winkelruimte en tentoonstellingsruimte	40
6.3.1	Winkelruimte	40
6.3.2	Tentoonstellingsruimte	41
6.4	Winkelruimte met aparte afdelingen en tentoonstel- lingsruimte	41
6.4.1	Winkelruimte met aparte afdelingen	41
6.4.2	Tentoonstellingsruimte	43
6.5	Mogelijkheden	43

**Lijst van de bijlagen**

- I      Presentatiemap 'Patronaat der Permanente'**
  - II     De Kunst-Koop-Club**
  - III    Statuten stichting 'de Permanente'**
  - IV    Begrotingen 'de Permanente'**
  - V     Zwartwoud Hosa design prijs**
  - VI    Vragenlijst van het doelgroep onderzoek**
-



## 1 DE PERMANENTE INLEIDING

### 1.1 Inleiding

Op 16 december 1993 is de kunstwinkel Kunst en kunst van start gegaan. Dit was een uniek samenwerkingsverband tussen 10 Groninger kunstenaars en de art, trend en design winkel Jansen en Jansen. De kunstenaars verkochten en exposeerden zelf hun werk gedurende zeven dagen per week in een door Jansen en Jansen beschikbaar gesteld pand aan de Grote Markt 43A.

Deze opzet eindigde op 1 maart 1994, waarna dit initiatief werd voortgezet in vorm van stichting de Permanente. Deze stichting heeft als doelstelling om een kunst en vormgevingswinkel te scheppen voor noordelijke kunstenaars op basis van een interregionaal samenwerkingsverband. De Permanente wil de verkoop van beeldende kunst, vormgeving en andere kunstuitingen combineren met extra activiteiten in de ruimste zin des woords. Te denken valt aan lezingen, workshops, weekendtentoonstellingen etc.

### 1.2 De huidige situatie

Na een periode van 3 overzichts- en 1 solotentoonstellingen heeft de Permanente een goed en sympathiek imago geschapen bij het publiek, zowel kunstenaars als consumenten. (Momenteel hebben ongeveer 100 kunstenaars in de Permanente geëxposeerd).

De volgende stap voor de Permanente is het scheppen van voorwaarden waaruit zij zoveel inkomsten verkrijgt, dat haar bestaansrecht rechtvaardigt.

Het grootste probleem hierbij is het financieren van een nieuw bedrijfspand, omdat het huidige pand niet meer voldoet aan de gestelde eisen van de huisvesting (zie H 1.7). Dit nieuwe pand moet het liefst gelegen zijn op een A of eventueel een B lokatie.

Om dit te kunnen financieren heeft de Permanente verzekerde inkomsten nodig, zowel van het bedrijfsleven als van de overheid.

Voor het bedrijfsleven heeft het Maecenaat<sup>1</sup> een eerste opzet gemaakt voor het binnenhalen van fondsen en voor het actief benaderen van het bedrijfsleven. (Zie bijlage I, Presentatiemap 'Patronaat der Permanente').

Bovendien heeft de Permanente een Kunst-Koop-Club opgericht voor zowel particulieren als bedrijven. (Zie bijlage II, de Kunst-Koop-Club).

<sup>1</sup> Het Maecenaat is een samenwerkingsverband tussen marketingadviesbureau Oudega & Wermers en Ruud Jansen (van de art, trend & design winkel Jansen & Jansen) die zich onder andere bezighouden met het aantrekken van fondsen voor culturele activiteiten.

Als derde inkomstenbron is de Permanente bezig met het schrijven van een marketingplanning voor de gemeente om in aanmerking te komen als gemeentelijk werkgelegenheidsproject<sup>2</sup>.

### 1.3 Doelstellingen

#### 1.3.1 Algemene doelstellingen

(Zie bijlage III, doelstellingen zie het statuut 'de Permanente')

#### 1.3.2 Ondernemingsdoelstelling

De stichting heeft tot doelstelling het scheppen van een kunst- en vormgevingsorganisatie voor kunstenaars, in allerlei disciplines, op basis van een interregionaal samenwerkingsverband. Het streven is om na vijf jaar tot een zelfstandig draaiende verkooporganisatie te komen, die werk biedt aan zowel de medewerkers als aan kunstenaars, op zo'n wijze dat deze er een inkomen uit kunnen verkrijgen.

#### 1.3.3 Marketing doelstelling

\* Met behulp van de marketing een concept ontwikkelen op het gebied van de kunst-verkoop, anders en beter dan zoals dat op de huidige manier via galeriën gebeurt.

Sub a: Binnen vijf jaar uitgroeien tot een zelfstandig draaiende winkel met een netto rendement van  $x$ , per jaar.

Sub b: Na een periode vijf jaar het concept op franchise basis uitbreiden over de regio.

Sub c: De Permanente moet gaan functioneren als een groothandel tussen kunstenaars en de detailhandel (de art, trend en design winkels).

### 1.4 Doelgroepen

De stichting heeft twee doelgroepen, te weten de kunstenaars en de prospects, waarbij de prospects weer kunnen worden opgedeeld in

<sup>2</sup> De gemeente Groningen ziet mogelijkheden om de Permanente als een werkgelegenheidsproject te laten functioneren.

Werkgelegenheidsprojecten is een verzamelnaam voor een breed scala aan bedrijvigheid, activiteiten en initiatieven. Het kan daarbij gaan om projecten waarbij de combinatie van leren en werken centraal staat, maar ook om projecten die gericht zijn op het creëren van zinvol werk dat anders niet wordt gedaan omdat de kosten van een arbeidsplaats te hoog zijn.

De Permanente komt hiervoor in aanmerking omdat zij enerzijds werk voor kunstenaars probeert te scheppen door de verkoop van kunstwerken en anderzijds probeert betaalde banen binnen de eigen organisatie te scheppen.



drie groepen, te weten particulieren, instellingen en het patronaat (zie figuur 1.1).

**Figuur 1.1**

<b>Doelgroep</b>	<b>Behoefte</b>	<b>Middelen</b>
Kunstenaars	Kunst verkopen	Beschikbaar stellen van expositieruimte Zorgen voor verkoop Bemiddeling
Particulieren	Kunst kijken Kunst kopen	Expositieruimte Winkelruimte Bemiddeling
Instellingen	Organiseren van activiteiten  Kunst kijken Kunst kopen	Beschikbaar stellen van de ruimte Bieden van bescheiden horeca Expositie Winkelruimte Bemiddeling Groothandelfunctie
Patronaat	Organiseren van activiteiten Public relations	Beschikbaar stellen van de ruimte Publiciteit Personeelsreducties Positief imago

#### 1.4.1 De kunstenaars

De stichting wil voor kunstenaars een platform zijn waarin (vooral ook beginnende) kunstenaars worden geholpen bij het vergaren van een stuk inkomen door enerzijds als commerciële winkel te functioneren voor het verkopen van hun kunstwerken en anderzijds een galerie gedeelte in stand houden waar iedere maand 1 of 2 kunstenaars hun werken kunnen exposeren.

#### 1.4.2 Prospects

De stichting wil het publiek confronteren met kunst. Dit in de vorm van een gewone winkel, waardoor kunst drempelverlagend aan het publiek wordt gepresenteerd.

De prospects kunnen worden opgedeeld in 3 groepen, te weten:

1. Particulieren: Breed aanbod, laagdrempelige functie voor kunstverkoop.

2. Instellingen: Bemiddeling in verhuur en verkoop van kunst.
3. Patronaat der Permanente: Een platform voor bedrijven en instellingen.



## 2 MARKTAFBAKENING

De Permanente opereert momenteel op de markt van dienstverlenende bedrijven die hun diensten aanbieden voor bemiddeling in de verkoop van beeldende kunstenaars.

Deze diensten bestaan uit:

- \* Bemiddeling tussen de kunstenaar en het winkelende publiek. De Permanente brengt het publiek via haar ruimte in contact met de kunstenaar en verzorgt voor de kunstenaar de verkoop van de kunst.
- \* Bemiddeling tussen de kunstenaar en het bedrijfsleven. De Permanente brengt actief de kunst bij de bedrijven en nodigt de bedrijven bovendien uit om de kunst te komen bekijken in de ruimte van de Permanente.
- \* Het aanbieden van een ruimte waarin bedrijven in een artistieke ambiance kunnen vergaderen, lezingen kunnen bijwonen, workshops beleggen etc.

Marktafbakening:

De Permanente is een dienstverlenende instelling die als bemiddelaar optreedt tussen de kunstenaars en hun doelgroepen. Bovendien biedt de Permanente haar faciliteiten aan op het gebied van vergaderingen, lezingen, work-shops etc.

### 3 ANALYSE

#### 3.1 Inleiding

Dit hoofdstuk beschrijft de analyse-fase. Deze analyse-fase is opgedeeld in de volgende onderdelen: een macro-analyse, een micro-analyse, een SWOT-analyse en de conclusies.

Deze zijn weer ingedeeld op de volgende manier:

Macro-analyse - Landelijk kunstbeleid (3.2) en inventarisatie van de markt (3.3).

Micro-analyse - Prospects en concurrentie analyse (3.4 en 3.5).

SWOT-analyse - Sterkte, zwakte, kansen en bedreigingen (3.6).

Het hoofdstuk wordt afgesloten met conclusies ten aanzien van de positie van de Permanente ten opzichte van haar doelgroepen en ten opzichte van haar concurrenten.

#### 3.2 Landelijk kunstbeleid (macro)

Volgens de nota cultuurbeleid 1993-1996 van het ministerie van WVC is het kunstbeleid van de overheid in de laatste jaren ingrijpend veranderd. Niet zo zeer op het gebied van de uitkering van de subsidies (dit bedrag blijft vanaf 1993 tot 1996 voor beeldende kunst en vormgeving gelijk), maar meer op het stimuleren van kunstinstellingen.

Bij de landelijke trend die gevolgd wordt ligt de nadruk op het belang van de internationalisering en op het verhogen van de eigen inkomsten.

In de volgende twee paragrafen wordt ingegaan op deze twee begrippen en de manier waarop de Permanente hierop inspeelt met haar beleid.

##### 3.2.1 Internationalisering

De overheid (cultuurnota 1993-1996, ministerie van WVC) vindt presentaties van Nederlandse kunst in het buitenland evident van belang voor de Nederlandse cultuur. Deze internationale activiteiten leiden in toenemende mate tot verschillende vormen van samenwerking tussen Nederlandse en buitenlandse instellingen.

Deze ontwikkelingen wil de overheid dan ook financieel steunen. Want volgens de overheid is in de praktijk aangetoond dat ondersteuning van dergelijke samenwerkingsverbanden aanzienlijk effectiever is dan projecten waarbij de overheid initiatiefnemer en uitvoerder is.

De Permanente identificeert zich met deze visie van de overheid. Op dit moment richt de Permanente zich alleen nog maar op het Nederlands publiek, maar er zijn reeds plannen om samen te werken met gelijke (Noord-) Duitse initiatieven. Ook wordt er vanuit de Permanente sterk gekeken naar de aanpak in Duitsland en worden waardevolle ideeën en plannen in een voor de Permanente bruikbaar concept gegoten. (Een voorbeeld hiervan is de al eerder



genoemde Kunst-Koop-Club, zie bijlage II).

Ook wil de Permanente in de toekomst uitwisselingsprojecten met Duitse kunsthuizen opzetten en zijn er plannen om samen projecten op te zetten.

Samengevat wil de Permanente zich niet alleen richten op Nederland maar ook worden de internationale ontwikkelingen scherp in het oog gehouden en wil de Permanente een netwerk opbouwen waarbij men een wederzijdse informatie stroom wil bevorderen.

### 3.2.2 Eigen Inkomsten

De overheid voert een actief subsidiebeleid waarbij men instellingen zo wil stimuleren dat deze in de toekomst minder afhankelijk zijn van de overheid en voor een groter deel dan dat momenteel het geval is zelfstandig kunnen functioneren. De overheid noemt hierbij als voorbeeld de podium-kunsten, waarvan de overheid in 1990 nog 82% van de kosten voor haar rekening nam.

De Permanente is een instelling die gericht is op het actief benaderen van haar doelgroepen. Hierbij wil zij enerzijds actief de consumenten benaderen en deze op alledaagse manier van kunst laten genieten en voor ieders budget kunst aanbieden, zodat de drempel voor kunstaankoop wordt verlaagd. Anderzijds wil de Permanente voor haar andere doelgroep de kunstenaars een platform scheppen waarbij zij in contact komen met de consumenten en via welke zij hun kunst kunnen verkopen.

De Permanente heeft om dit te bereiken wel steun nodig van de overheid, maar na een periode van 5 jaar moet de Permanente zelfstandig kunnen draaien. (Zie begroting bijlage IV).

### 3.3 Inventarisatie van de markt (macro)

De huidige markt voor beeldende kunst is een markt met een zeer groot potentieel. Er is een duidelijke doelgroep (zie H-3.3.1). Toch zijn er zeer weinig bedrijven die met succes op deze markt opereren. In de volgende paragrafen zal worden gekeken naar de mogelijke oorzaken hiervan aan de hand van het onderzoek 'Marktverruiming beeldende kunst' van Peat Marwick, 1984.

#### 3.3.1 De consument

Volgens het onderzoek 'Marktverruiming beeldende kunst' kan op basis van bestaande onderzoeken en interviews een globale profielschets van een 'gemiddelde' kunst koper worden opgesteld waarin de volgende elementen voortdurend terugkomen:

Leeftijd:	30-50 jaar
Opleiding:	HBO of academisch
Inkomen:	fl. 55.000,- en hoger
Beroep:	Behoort tot de actieve beroepsbevolking vanaf het middenkader niveau en vrije beroepen.

in de regio. De Permanente wil naar deze groep een functie opbouwen als bemiddelaar in kunstverkoop en kunstverhuur en als onderhandelaar tussen instellingen en kunstenaars.

Voorbeeld hiervan is de Zwartwoud design prijs. (Zie bijlage V).

#### **3.4.1.3 Patronaat der Permanente**

De groep 'Patronaat der Permanente' is een zeer selecte groep van bedrijven (ongeveer 10 bedrijven) die zich door middel van een patronaat aan de Permanente verbinden.

Zij zijn patronen van de Permanente voor een vast bedrag per jaar. Hiervoor krijgen zij speciale voordelen van de Permanente, te weten:

\* Het gebruik maken van de ruimte van de Permanente voor vergaderingen, lezingen, zakelijke ontvangsten, workshops, persconferenties etc.

\* Het zich mogen verbinden met een expositie van een maand door middel van reclame via posters, uitnodigingen, mailings etc., en het maken van reclame in de tentoonstellingsruimte tijdens de tentoonstelling.

\* Het bedrijf krijgt (een) speciale kaart(en) voor het bedrijf of het personeel waarmee men kunst kan kopen tegen een gereduceerd tarief.

\* De Permanente kan als platform door bedrijven worden gebruikt voor zakelijke ontvangsten, bijvoorbeeld tijdens openingen.

### **3.5 Concurrentie analyse (micro)**

#### **3.5.1 Algemene concurrentie**

In het algemeen vallen onder de concurrenten alle bedrijven die kunst verkopen en die een positie innemen van onderhandelaar tussen kunstenaars en derden. In de volgende paragrafen worden de concurrenten van de Permanente in de stad Groningen gepositioneerd en worden de sterke en zwakke punten van deze concurrenten belicht.

#### **3.5.2 Concurrenten Permanente**

De concurrenten van de Permanente kunnen worden opgedeeld in 4 groepen, te weten:

1. De galeriën
2. Het Centrum voor Beeldende Kunst (CBK)
3. Design shops
4. Betere/duurdere posterwinkels

##### **3.5.2.1 De galeriën**

In Groningen zijn ongeveer x galeriën. Zij nemen een belangrijke positie in op het gebied van het aanbieden van kunst.

De galeriën staan bekend om hun hoogdrempeligheid. Zij trekken



### 3.5.3.1 De Galerïen

**Sterke punten:**

- \* Verkooppunt echte kunst
- \* Hoog imago
- \* Luxe uitstraling

**Zwakke punten:**

- \* Hoogdrempelig
- \* Hoog prijsassortiment
- \* Weinig verscheidenheid in aanbod (vaak slechts 1 kunstenaar die exposeert)

### 3.5.3.2 Het CBK

**Sterke punten:**

- \* Echte kunst
- \* Uitleenfunctie met aankoopmogelijkheden
- \* Lage tarieven
- \* Laagdrempelig
- \* Groot aanbod

**Zwakke punten:**

- \* Lokatie (buiten het centrum)

### 3.5.3.3 De design shops

**Sterke punten:**

- \* Groot aanbod
- \* In relatie tot echte kunst relatief lage prijzen, dus goed alternatief voor echte kunst
- \* Laagdrempelig
- \* Verscheidenheid

**Zwakke punten:**

- \* Geen echte kunst
- \* Veel aanbod/veel concurrentie/weinig onderscheidend
- \* Imitatie-artikelen zijn elders goedkoop voorhanden (denk aan zaken als Xenos en Marskramer die veel imitaties hebben van design artikelen)

### 3.5.3.4 Betere/duurdere posterwinkels

**Sterke punten:**

- \* Groot aanbod
- \* In relatie tot echte kunst relatief lage prijzen, dus goed alternatief voor echte kunst
- \* Laagdrempelig
- \* Veel gevraagde produkten, veel mensen willen graag een mooi ingelijste poster aan de muur

**Zwakke punten:**

- \* Geen echte kunst
- \* Veel aanbod/veel concurrentie/weinig onderscheidend
- \* Eenzijdig aanbod, meestal verkopen deze winkels alleen posters, geen aanbod van andere design artikelen

### **3.6 SWOT-analyse**

In de volgende paragrafen worden de sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen voor de Permanente weergegeven.

#### **3.6.1 Sterktes**

1. Onderscheidend produkt, door het creëren van een groot en verscheiden aanbod van originele kunst biedt de Permanente een uniek produkt in Groningen.

#### **3.6.2 Zwaktes**

1. Lokatie, de huidige lokatie (Grote Markt 43a) schept door de ligging (1e etage) nog voor een groot deel van het publiek een te hoge drempel om zo naar binnen te lopen.
2. Pand, er is in het huidige pand nog geen duidelijke scheiding tussen een winkel en een tentoonstellingsruimte.
3. Assortiment, het huidige assortiment is nog niet divers genoeg, zowel op het gebied van prijs als op het gebied van soort produkt zal er een uitgebreider en completer aanbod moeten komen.
4. Doelgroep, er zijn over de doelgroep nauwelijks gegevens, er is in het verleden ook nauwelijks tot niet onderzoek gedaan naar de bestedingspatronen van consumenten op het gebied van kunst. De doelgroep is dan ook zeer moeilijk tot niet in kaart te brengen.

#### **3.6.3 Kansen**

1. Lokatie, door het in gebruik nemen van een nieuw pand met een begane grond gedeelte (bij voorkeur op een A of B lokatie) kan de doelgroep beter (actiever) benaderd worden.
2. Pand, in het nieuwe pand zal een duidelijke scheiding tussen winkel en tentoonstellingsruimte moeten worden gemaakt, te denken valt aan een winkelgedeelte op de begane grond een tentoonstellingsgedeelte op een hogere etage.
3. Assortiment, het huidige assortiment kan worden uitgebreid (met name als een nieuwe lokatie hier extra ruimte voor biedt) zowel op het gebied van prijsklasse als op het gebied van soort produkt.



4. Overheids beleid, er kan, meer dan dat momenteel gebeurt, worden ingespeeld op het landelijk beleid t.a.v. de internationalisering en t.a.v. de eigen inkomsten, hierbij valt vooral te denken aan samenwerkingsverbanden met (Noord-) Duitsland.
5. Doelgroep, door het uitvoeren van een goed opgezet doelgroeponderzoek kan de doelgroep in kaart worden gebracht en kan de doelgroep actief benaderd gaan worden.

### 3.6.4 Bedreigingen

1. Concurrentie, de concurrentie van de verschillende bedrijven/instellingen als genoemd in de concurrentie analyse (H-3.4).

### 3.7 Samenvatting en conclusie

De Permanente in zijn huidige vorm heeft niet genoeg onderscheidend vermogen om momenteel als volwaardig concurrerend bedrijf op de vrije markt te opereren.

De huidige ligging trekt te weinig aandacht en binnen het huidige pand komt de formule (zie doelstellingen H 1.3) niet voldoende tot zijn recht.

Het huidige assortiment is niet divers genoeg. Het produkt op zich is uniek, maar komt op de huidige lokatie en met het huidige aanbod niet genoeg tot zijn recht. Door in eerste instantie de formule binnen het huidige pand beter in te vullen, kan de Permanente er voor zorgen dat het een sterkere identiteit krijgt. Daarnaast is het belangrijk dat de doelgroep van de Permanente in kaart wordt gebracht zodat deze actief benaderd kan worden door middel van folders en mailings.

Doordat de Permanente een zeer uniek en origineel produkt heeft kan de Permanente zich hiermee duidelijk onderscheiden van de concurrentie. Alleen het centrum voor beeldende kunst (cbk) heeft eenzelfde produkt als de Permanente. De zwakte van het cbk is de ligging die buiten het winkelcentrum ligt. Door een pand op een gunstige ligging kan de Permanente zich onderscheiden van het cbk. Verder kan de Permanente zich onderscheiden door een groter en afwisselender aanbod te creëren dan het cbk.

**Conclusie:** door het beter dan dat op de huidige manier gebeurt invullen van de formule (bij voorkeur op een betere lokatie) en het duidelijk definiëren en in kaart brengen van de doelgroep, kan de Permanente een uniek produkt op de markt brengen en zich hiermee duidelijk onderscheiden van de concurrentie.

## **4 DOELGROEP ONDERZOEK**

### **4.1 Inleiding**

Bij het betrekken van een nieuw pand zal Kunsthuis de Permanente actief haar doelgroepen moeten gaan benaderen.

Er moet vanaf dit moment een bepaalde omzet in kunstwerken worden gerealiseerd, om haar bestaansrecht te rechtvaardigen.

Vanaf dit moment is het belangrijk om een duidelijk beeld van de doelgroepen te hebben en met name de consumenten (het winkelend publiek) moeten hiervoor goed in kaart worden gebracht.

Door middel van een onderzoek naar de bestedingspatronen, de interesse's en de woonomgeving van de doelgroep kan er in de toekomst een duidelijk gericht klantenbeleid gaan worden gevoerd, bijvoorbeeld door het actief benaderen van deze doelgroep met behulp van reclame-uitingen als nieuwsbrieven en mailings.

Dit onderzoek is afgenomen door de medewerkers van Kunsthuis de Permanente en in Kunsthuis de Permanente uitgevoerd. Hiermee wordt bedoeld dat mensen die de binnenstad van Groningen bezoeken op straat zijn aangesproken en uitgenodigd om in Kunsthuis de Permanente deel te nemen aan een enquête, dit leverde niet alleen de benodigde onderzoeksresultaten op, maar zorgde er ook voor dat tijdens de uitvoering van het onderzoek een bepaalde 'traffic' ontstond met bezoekers die normaal gesproken Kunsthuis de Permanente niet hadden bezocht.

### **4.2 Doelgroep van het onderzoek**

De doelgroep van de Permanente kan worden opgedeeld in twee doelgroepen waarvan één weer opgedeeld is in drie subdoelgroepen (zie H-1.4).

Bij dit onderzoek wordt echter alleen uitgegaan van de subdoelgroep particulieren. Onder de sub-doelgroep particulieren wordt het publiek verstaan dat de binnenstad van Groningen bezoekt.

### **4.3 Doel van het onderzoek**

Het doel van het onderzoek is het duidelijk lokaliseren van de doelgroep van Kunsthuis de Permanente.

Het onderzoek moet resulteren in die conclusies en aanbevelingen op basis waarvan het management van Kunsthuis de Permanente kan zien hoe de doelgroep het beste benaderd kan worden en op welke punten de huidige communicatiemiddelen veranderd of verbeterd moeten worden.



#### 4.4 Vraagstelling

Wie behoort er tot de doelgroep van Kunsthuis de Permanente en op welke manier kan deze doelgroep het beste bereikt worden?

#### 4.5 Onderzoeksvragen

- \* Klopt het kunstkopersprofiel als geschetst in hoofdstuk 3.3
- \* Wie behoren tot de doelgroep / inventarisatie van de doelgroep in Groningen
- \* Is de doelgroep cultureel actief/in cultuur geïnteresseerd
- \* In wat voor beroepsvelden werkt de doelgroep
- \* Wat is de leeftijd van de doelgroep
- \* Waar woont de doelgroep
- \* Waaruit verkrijgt de doelgroep haar inkomsten
- \* Koopt de doelgroep wel eens kunst
- \* Wat voor soorten kunst koopt de doelgroep
- \* Wat vindt de doelgroep van het concept van Kunsthuis de Permanente
- \* Is de doelgroep bereid om kunst van Kunsthuis de Permanente te kopen
- \* Is de doelgroep bereid Kunsthuis de Permanente te bezoeken ook als deze buiten de normale winkelroutes ligt
- \* Wil de doelgroep geïnformeerd worden over door Kunsthuis de Permanente georganiseerde activiteiten

#### 4.6 De opzet van het onderzoek

In de volgende drie paragrafen wordt de opzet van het onderzoek uiteen gezet aan de hand van de volgende drie punten:

De omvang en verspreiding van de vragenlijsten en de verwerking van de onderzoeksgegevens.

##### 4.6.1 De omvang van de vragenlijsten

Volgens de onderstaande steekproefformule (Van Keeken 1981, Faber 1985) is de omvang van de steekproef berekend:

$$|x/n-P| > Kc \sqrt{(pq/n)}$$

Waarbij:

- x = aantal elementen met de eigenschap c in de steekproef.
- n = de steekproefomvang
- P = fractie elementen met de eigenschap c in de totale populatie.
- Kc = de bij de betrouwbaarheidswaarde c behorende excentriciteit.
- p/q = een indicatie van de mate van homogeniteit van de populatie.

Er geldt:  $p + q = 1$ . Indien niets bekend is omtrent de mate van homogeniteit van de populatie, wordt in het algemeen gekozen voor de meest ongunstige situatie, waarbij de afwijking maximaal is. Hierbij worden zowel  $p$  als  $q$  op 0,5 gesteld.

Uit het bovenstaande volgt dat  $|x/n - P|$  de toegestane afwijking is tussen de fractie van de steekproef en de fractie van de populatie met eigenschap  $c$ . Dit is dus de mate van onnauwkeurigheid.

In de onderstaande berekening van de minimale omvang van de steekproef is uitgegaan van een minimale homogeniteit ( $p = q = 0,5$ ), een betrouwbaarheid van 90 % (waarbij  $K_c = 1,645$ ), een onnauwkeurigheid van 5 % en een verwacht percentage non-response van 0 %.

Toegepast in de formule volgt daaruit:

$$0,05 > 1,645 \sqrt{((0,5 \times 0,5) / n)} \quad \Leftrightarrow$$

$$n > ((1,645)^2 \times 0,25) / (0,05)^2 \quad \Leftrightarrow$$

$$n > 270,6$$

Dus de minimale omvang van de vragenlijsten ( $n$ ) is 271 vragenlijsten.

#### 4.6.2 De verspreiding van de vragenlijsten

De vragenlijsten zijn afgenomen onder het publiek dat tijdens de onderzoeksperiode de binnenstad van Groningen bezocht. Deze mensen zijn op straat aangesproken om te informeren of zij mee wilden werken aan een onderzoek en vervolgens uitgenodigd om een vragenlijst binnen Kunsthuis de Permanente in te vullen.

#### 4.6.3 Verwerking van de onderzoeksgegevens

De uitkomsten van het doelgroeponderzoek zijn verwerkt in en berekend met behulp van het statistische software pakket SPSS PC+ versie 5.0.



## 4.7 De Uitkomsten van het onderzoek

### 4.7.1 De doelgroep

Het onderzoek is afgenomen onder het winkelend publiek dat de binnenstad van Groningen heeft bezocht in de periode van 1 november tot 20 december 1994. Uit het winkelend publiek zijn a-select mensen gevraagd voor hun medewerking aan het onderzoek. In totaal zijn er 271 vragenlijsten ingevuld.

Dit resulteerde in een zeer breed publiek met verschillende achtergronden: Hieronder staat de leeftijdsklasse en het opleidingsniveau van de onderzochte groep in schema weergegeven (tabel 4.1).

**Tabel 4.1**

Leeftijd:		Opleiding:					
		ls	ms	lbo	mbo	hbo	wo
0 - 20	jr.	2	16	-	2	2	5
20 - 30	jr.	-	9	-	16	35	49
30 - 50	jr.	-	15	-	22	43	26
> 50	jr.	-	3	1	9	6	10

ls=lagere school, ms=middelbare school, lbo=lager beroeps onderwijs, mbo=middelbaar beroeps onderwijs, hbo=hoger beroeps onderwijs, wo=wetenschappelijk onderwijs.

Aan de hand van de bronnen van inkomsten van de onderzochte groep gekoppeld aan de leeftijd valt er al een duidelijk onderscheid binnen de onderzochte groep waar te nemen (tabel 4.2).

**Tabel 4.2**

Leeftijd:		Inkomsten uit:							
		sf	ld	zo	sd	ao	vb	gv	an
0 - 20	jr.	13	3	-	1	-	-	5	5
20 - 30	jr.	48	40	4	16	-	-	1	-
30 - 50	jr.	-	76	7	12	2	3	3	3
> 50	jr.	-	10	4	-	7	4	-	4

sf=studie financiering, ld=loondienst, zo=zelfstandig ondernemer, sd=uitkering sociale dienst, ao=aow/pensioen, vb=vrij beroep, gv=geen vaste inkomsten, an= anders.

Uit tabel 4.2 blijkt al een duidelijk onderscheid in de onderzochte groep. Helemaal als tabel 4.1 ernaast wordt gelegd. Duidelijk komt uit deze twee tabellen naar voren dat in de groep 0 tot 20 jarigen

het grootste gedeelte inkomsten krijgt uit studie financiering en studeert aan een HBO- of een WO-opleiding.

De grootste groep werkenden is tussen de 20 en de 50 jaar oud en heeft een mbo-opleiding of hoger genoten.

Dit geldt in principe ook voor de groep 50+ met de kanttekening dat een gedeelte van deze groep reeds de pensioengerechtigde leeftijd heeft bereikt.

Van de geënqueteerde groep kwam 63.1 % uit de stad Groningen en 27.0 % uit de drie Noordelijke provincies (Groningen, Drenthe, Friesland). De overige bezoekers kwamen uit de rest van Nederland of daarbuiten (Noord-Duitsland).

#### 4.7.2 Het aantal bezoeken en de reden van het bezoek aan de binnenstad

De binnenstad wordt door het grootste gedeelte van de onderzochte groep meerdere malen per week bezocht. In onderstaand schema wordt de frequentie van het bezoek weergegeven. (tabel 4.3)

**Tabel 4.3**

Frequentie bezoek:	Aantal bezoekers:	In procent:
Dagelijks	80	29.5
4-6 keer per week	34	12.5
1-3 keer per week	96	35.4
2 keer per maand	27	10.0
< 2 keer per maand	34	12.5

Van de onderzochte groep die 1 tot 7 keer de binnenstad bezoekt woont 91.4 % in de provincie Groningen, de overige 8.6 % komt uit de andere 2 noordelijke provincies, te weten Friesland en Drenthe. Van de bezoekers die Groningen minder dan 1 keer per week bezoeken komt 67.2 % uit de noordelijke drie provincies, de overige 32.8 % komt uit de rest van Nederland en uit het buitenland (0.7 %).

Van de groep die in de stad Groningen woont was 77.2 % op het moment van het onderzoek in de binnenstad om te winkelen. Ook bij de overige bezoekers valt op dat het overgrote deel van de bezoekers de binnenstad bezoekt om te winkelen. Vaak gaat dit gepaard met horeca bezoek, maar de hoofdreden is winkelen. Van de onderzochte doelgroep bezocht 67.9 % de binnenstad met als hoofddoel winkelen, 9.2 % als zijnde de werkomgeving, 3.0 % om een horecagelegenheid te bezoeken en 19.9 % kwam voor andere redenen naar de binnenstad. Bij dit laatste antwoord werd vaak een bezoek aan het nieuwe Groninger museum als hoofddoel aangegeven, vooral door mensen die niet uit de drie Noordelijke provincies kwamen, namelijk door 62.9 % van deze groep.



#### 4.7.3 De kunstkopers

Van de onderzochte groep was bijna de gehele groep geïnteresseerd in kunst en cultuur, slechts een zeer gering aantal (3.7 %) is in het geheel niet geïnteresseerd in kunst en cultuur.

Van de groep mensen die geïnteresseerd is in kunst en cultuur is voor de Permanente de groep kunstkopers het meest interessant, ten eerste omdat dit toekomstige kopers kunnen zijn, maar ook om de formule van de Permanente te laten testen door haar doelgroepen. In deze paragraaf worden de uitkomsten betreffende de groep kunstkopers getoond.

Van de totale onderzochte groep heeft 46.1 % wel eens een kunstwerk gekocht of koopt regelmatig kunst. In onderstaande tabel staan de kunstwerken die door deze groep werden aangeschaft (tabel 4.4).

**Tabel 4.4**

Onderstaande percentages hebben slechts betrekking op de groep kunstkopers.

Soort gekochte kunst:	Procent:
Schilderij/ets/aquarel	89.6 %
Meubelvormgeving	17.6 %
Beeldhouwwerken	26.4 %
Keramik	31.2 %
Verpakkingsvormgeving	3.2 %
Mode	4.0 %
Fotografie	18.4 %
Overige	10.4 %

Uit tabel 4.4 blijkt dat het merendeel van de kunstkopers de voorkeur geeft aan een schilderij, ets of aquarel, 89.6 % van deze groep kocht wel eens een dergelijk kunstwerk.

Andere kunstwerken die veel worden aangeschaft zijn beeldhouwwerken en keramik. Minder in trek bij de kunstkopers zijn mode en verpakkingsvormgeving.

De groep kunstkopers valt voor het grootste gedeelte (80.8 %) in de leeftijdscategorie 20-50 jaar, waarbij de groep 30-50 het grootste is, namelijk 54.4 % van de groep kunstkopers.

Het grootste gedeelte van de groep kunstkopers verkrijgt haar inkomsten uit loondienst (62.4%). In tabel 4.5 zijn de inkomstengegevens en de leeftijden van de groep kunstkopers aan elkaar gekoppeld.

**Tabel 4.5**

Groep kunstkopers (totaal 125)

		Inkomsten uit:							
		sf	ld	zo	sd	ao	vb	gv	an
Leeftijd:									
0 - 20	jr.	1	-	-	-	-	-	-	1
20 - 30	jr.	9	19	2	3	-	-	-	-
30 - 50	jr.	-	50	5	5	2	3	2	1
> 50	jr.	-	9	2	-	5	3	-	3

sf=studie financiering, ld=loondienst, zo=zelfstandig ondernemer, sd=uitkering sociale dienst, ao=aow/pensioen, vb=vrij beroep, gv=geen vaste inkomsten, an= anders.

Wat in tabel 4.5 opvallend is, is de grote groep kunstkopers in de leeftijdscategorie 30 tot 50 jaar die in loondienst werken (40 %), ook het totaal aantal kunstkopers met betaald werk is groot (74.4 %), slechts een klein gedeelte van de groep verkrijgt haar inkomsten door middel van een uitkering (20.0 %).

Om een verder inzicht te krijgen in de groep kunstkopers is ook gekeken naar het opleidingsniveau van deze groep, geselecteerd op leeftijd, met daarnaast het opleidingsniveau van de gehele onderzochte groep (tabel 4.6).

**Tabel 4.6**

Leeftijd:	Opleiding:					
	ls	ms	lbo	mbo	hbo	wo
0 - 20 jr.	- (2)	2 (16)	- (-)	- (2)	- (2)	- (5)
20 - 30 jr.	- (-)	4 (9)	- (-)	4 (16)	12 (35)	13 (49)
30 - 50 jr.	- (-)	10 (15)	- (-)	12 (22)	28 (43)	18 (26)
> 50 jr.	- (-)	2 (3)	1 (1)	5 (9)	5 (6)	9 (10)

ls=lagere school, ms=middelbare school, lbo=lager beroeps onderwijs, mbo=middelbaar beroeps onderwijs, hbo=hoger beroeps onderwijs, wo=wetenschappelijk onderwijs.

Uit tabel 4.6 blijkt dat de gemiddelde kunst koper een hogere opleiding heeft dan de gemiddelde onderzochte persoon, 68 % van de kunstkopers zijn academisch of hoger geschoold tegen 62 % van de totale groep.

De gemiddelde leeftijd van de kunstkopers is 40.0 terwijl de gemiddelde leeftijd van de gehele onderzochte groep 33.7 is.

Vooraf de groep studenten koopt weinig kunst, de redenen hiervoor worden in paragraaf 4.7.4 verder besproken.



Van de groep kunstkopers is 77.6 % geïnteresseerd in een kunstwinkel die veel verschillende soorten kunst verkoopt, 12.8 % is hierin niet geïnteresseerd en 9.6 % heeft hierover geen mening.

Van de groep die geïnteresseerd is in een kunstwinkel en de groep die geen mening hierover heeft vindt 66.1 % het belangrijk dat deze winkel een groot assortiment heeft, 75.2 % vindt het belangrijk dat er een grote verscheidenheid in prijs is, 58.7 % vindt dat het assortiment regelmatig moet wisselen waarbij het meest als voorkeur eens in de vier weken werd aangegeven, 47.7 % vindt het belangrijk dat er professioneel personeel aanwezig is.

Indien de kunstwinkel aan bovenstaande eisen voldoet wil 47.7 % van de geïnteresseerden in deze winkel kunst kopen, 51.4 % wil misschien in een dergelijke winkel kunst kopen en 0.9 % is niet van plan om in een dergelijke winkel kunst te kopen.

Voor de meeste geïnteresseerden (69.7 %) is het geen probleem als deze winkel buiten de normale winkelroute zou liggen. 68.8 % van deze groep zou graag geïnformeerd over de winkel willen blijven door middel van folders of mailings.

Van de groep niet geïnteresseerden in een kunstwinkel is 37.5 % tevreden met het huidige kanaal via welke kunst gekocht wordt, 31.3 % is niet geïnteresseerd in een groot kunstaanbod en de overige 31.2 % heeft andere redenen waarom men niet is geïnteresseerd in een kunstwinkel met een groot aanbod.

#### **4.7.4 De niet-kunst kopers**

Naast de groep kunstkopers is er natuurlijk nog een grotere groep die geen kunst koopt. Deze groep is natuurlijk ook heel interessant voor de Permanente omdat blijkt dat de groep kunstkopers vooral uit ouderen bestaat zou bij de groep niet kopers een gedeelte jongere mensen moeten zitten die in de toekomst wel geïnteresseerd in het kopen van kunst kunnen zijn. Dit is een belangrijke toekomstige doelgroep, die de Permanente nu al actief kan benaderen, daarmee een voorsprong nemend op de concurrentie.

Van de totale onderzochte groep was 49.4 % wel geïnteresseerd in kunst en cultuur, maar had nog nooit een kunstwerk gekocht.

Om een beter beeld van dit gedeelte van de onderzochte groep te krijgen staat in onderstaande tabel de leeftijden en de bronnen van inkomsten van dit gedeelte van deze groep tegen elkaar afgezet (tabel 4.7)

**Tabel 4.7**

Groep niet kunstkopers (totaal 134)

Leeftijd:		Inkomsten uit:							
		sf	ld	zo	sd	wa	vb	gv	an
0 - 20	jr.	12	3	-	1	-	-	4	4
20 - 30	jr.	38	16	2	13	-	-	1	-
30 - 50	jr.	-	25	1	7	-	-	1	1
> 50	jr.	-	1	1	-	1	1	-	1

sf=studie financiering, ld=loondienst, zo=zelfstandig ondernemer, sd=uitkering sociale dienst, ao=aow/pensioen, vb=vrij beroep, gv=geen vaste inkomsten, an= anders.

Het blijkt dat een groot gedeelte van de niet kopersgroep haar inkomsten verkrijgt uit een uitkering (53.7%), een aanzienlijk kleiner gedeelte (37.3 %) verkrijgt haar inkomsten uit betaald werk en het overige deel (9.0 %) heeft geen vaste inkomsten of verkrijgt haar inkomsten uit een andere bron dan vermeld in de tabel.

In vergelijking met de groep kunstkopers (zie paragraaf 4.7.3) zijn er dus grote verschillen in de inkomsten te zien:

Kunstkopers met betaald werk: 74.4 %. Niet kunstkopers: 37.3 %.

Kunstkopers met een uitkering: 20.0 %. Niet kunstkopers: 53.7 %.

Ook in leeftijd val een duidelijk verschil tussen beide groepen waar te nemen, in tabel 4.8 is dit weergegeven:

**Tabel 4.8**

Leeftijd:		Kunstkopers:	Niet kunstkopers:
0 - 20	jr.	2	24
20 - 30	jr.	33	70
30 - 50	jr.	68	35
> 50	jr.	22	5
<b>Totaal:</b>		<b>125</b>	<b>134</b>

De gemiddelde leeftijd van de kunstkopers (40.0 jr.) ligt aanzienlijk hoger dan de gemiddelde leeftijd van de niet-kunstkopers (27.7 jr.).

Vergeleken met de gemiddelde leeftijd van de gehele onderzochte groep (33.7 jr.) valt zowel de uitschieter naar boven als naar beneden van de bovengenoemde groepen op.

Aangezien de gemiddelde leeftijd van de groep niet-kunstkopers een stuk lager dan het gemiddelde van de totale onderzochte groep is, ligt het voor de hand dat deze groep voor een groot gedeelte uit studenten of scholieren bestaat, in tabel 4.9 is het opleidingsniveau



van deze groep afgezet tegen de leeftijd om te kijken of dit overeenkomt met de veronderstellingen die voortvloeien uit tabel 4.7 en 4.8.

**Tabel 4.9**

Leeftijd:		Opleiding:					
		ls	ms	lbo	mbo	hbo	wo
0 - 20	jr.	1	14	-	2	2	5
20 - 30	jr.	-	4	-	10	21	35
30 - 50	jr.	-	5	-	8	14	8
> 50	jr.	-	1	-	3	-	1

ls=lagere school, ms=middelbare school, lbo=lager beroeps onderwijs, mbo=middelbaar beroeps onderwijs, hbo=hoger beroeps onderwijs, wo=wetenschappelijk onderwijs.

Uit tabel 4.9 blijkt dat van de groep niet-kunstkopers van 0 tot 30 jaar, 39.0% hbo of wo hebben gevolgd of volgen. In combinatie met tabel 4.6 waaruit blijkt dat van de groep niet-kunstkopers 29.4 % studiefinanciering ontvangt valt te concluderen dat het grootste gedeelte van de groep niet-kunstkopers nog studeert. In tabel 4.10 is het opleidingsniveau van de groep niet-kunstkopers afgezet tegen de groep kunstkopers.

**Tabel 4.10**

	Kunstkopers		Niet-kunstkopers	
	absoluut	in procent	absoluut	in procent
ls	-	-	1	0.7
ms	18	14.4	24	17.9
lbo	1	0.8	-	-
mbo	21	16.8	23	17.2
hbo	45	36.0	37	27.6
wo	40	32.0	49	36.6
Totaal	125	100.0	134	100.0

ls=lagere school, ms=middelbare school, lbo=lager beroeps onderwijs, mbo=middelbaar beroeps onderwijs, hbo=hoger beroeps onderwijs, wo=wetenschappelijk onderwijs.

Opvallend hierbij is de grote groep mensen met een wetenschappelijke opleiding onder de niet-kunstkopers en de grote groep met een middelbare school opleiding onder de groep kunstkopers, dit is namelijk in tegenstelling met het geschetste kunstkopers profiel als geschetst in hoofdstuk 3.3, waarbij de kunst koper veelal een academische opleiding had genoten. Uit

tabel 4.10 blijkt dat er ook een grote groep kunstkopers is die niet een academische opleiding hebben genoten, maar middelbaar beroeps onderwijs of lager (32 %).

De redenen waarom de groep niet-kunstkopers geen kunst koopt zijn weergegeven in tabel 4.11.

**Tabel 4.11**

	Absoluut:	In procent:
Redenen waarom men geen kunst koopt:		
Geen interesse	1	0.7
Te duur	109	80.1
Geen leuke winkels	6	4.4
Andere reden	20	14.7

De voornaamste reden is dus dat voor het grootste gedeelte van deze groep kunst te duur is, of dat er het beeld bestaat dat kunst te duur is. Door tabel 4.7 en tabel 4.11 te combineren wordt dus nu ook duidelijk waarom het verschil tussen de kunstkopers en de niet kunstkopers zo groot is als er wordt gekeken naar de bronnen van inkomst-en en de motivatie waarom er geen kunst wordt gekocht.

Dat veel niet kunstkopers wel kunst zouden willen kopen indien het drempel verlagend wordt gepresenteerd en indien er in alle prijsklassen (vanaf fl. 25,=) kunst aanwezig is blijkt wel uit de volgende gegevens.

Indien er een kunstwinkel is die kunst laagdrempelig aanbiedt (groot assortiment en een grote verscheidenheid in prijs) is van de groep niet kunstkopers 61.0 % bereid om in een dergelijke winkel kunst te kopen, 30.2 % wil misschien in een dergelijke winkel kunst kopen en slechts 8.8 % is niet van plan om in zo'n winkel kunst te kopen.

Van de groep niet kunstkopers zou 69.9 % graag geïnformeerd willen worden over een kunstwinkel door middel van folders en mailings, 30.1 % heeft hier geen behoefte aan.

De groep die van belang is voor de Permanente van de niet kunstkopers is de groep die wel of misschien kunst zou kopen indien het op een laagdrempelige manier zou worden aangeboden (dit is 91.2 % van de groep niet kunst-kopers).

Deze groep potentiële klanten van de Permanente zijn hieronder verder in kaart gebracht.

Het grootste gedeelte van deze groep potentiële klanten bevindt zich in de leeftijdscategorie 20 - 30 jaar, namelijk 50.8 %. Daarna is de leeftijdscategorie 30 - 50 jaar het grootst met 27.4 %, de leeftijdscategoriën van 0 - 20 en > 50 jaar zijn niet sterk aanwezig binnen deze groep, respectievelijk 18.5 % en 3.2 %.

Van de groep potentiële klanten komt 73.4 % uit de stad Groningen,



de rest komt uit één van de drie noordelijke provincies of uit de rest van Nederland, waarbij al deze categoriën ongeveer evenredig vertegenwoordigd zijn.

Het grootste gedeelte van de groep bezocht de binnenstad om te winkelen (75.0 %).

Het hoogst genoten onderwijs van deze groep is voor een groot gedeelte academisch, namelijk 63.7 %, hieruit zou kunnen worden geconcludeerd (ook gezien de leeftijd van de groep) dat een groot gedeelte van deze groep nog student is. Om hierin goed inzicht te krijgen zijn in tabel 4.12 het hoogst genoten onderwijs en de bronnen van inkomsten van deze groep tegen elkaar afgezet.

**Tabel 4.12**

Groep potentiële toekomstige kopers (totaal = 124)

Inkomsten uit:	Opleiding:						totaal
	ls	ms	lbo	mbo	hbo	wo	
sf	-	7	-	3	10	24	44
ld	-	9	-	10	15	12	46
zo	-	-	-	-	2	-	2
sd	-	1	-	5	6	7	19
ao	-	-	-	-	1	-	1
vb	-	-	-	1	-	-	1
gv	-	3	-	-	1	1	5
an	-	4	-	2	-	-	6
<b>totaal</b>	-	<b>24</b>	-	<b>21</b>	<b>35</b>	<b>44</b>	<b>124</b>

ls=lagere school, ms=middelbare school, lbo=lager beroeps onderwijs, mbo=middelbaar beroeps onderwijs, hbo=hoger beroeps onderwijs, wo=wetenschappelijk onderwijs.  
 sf=studie financiering, ld=loondienst, zo=zelfstandig ondernemer, sd=uitkering sociale dienst, ao=aow/pensioen, vb=vrij beroep, gv=geen vaste inkomsten, an= anders.

Uit tabel 4.12 blijkt inderdaad dat een groot gedeelte van de groep potentiële kunstkopers waarschijnlijk studerende is, namelijk 35.5 %. In verhouding met de totale doelgroep is het aantal studerende bij de groep potentiële kunstkopers aanzienlijk hoger, dit aantal ligt bij de totale doelgroep op 22.5 %.

Ook het totaal aantal mensen met een uitkering valt op binnen deze groep (51.6 %).

De groep potentiële kunstkopers met een vast salaris is in verhouding tot de totale doelgroep klein, te weten 38.7 % tegen 53.1 % van de totale doelgroep.

#### 4.7.5 Culturele Interesse's van de doelgroep

Om de geschetste doelgroepen van de Permanente (paragraaf 4.7.3 en 4.7.4) in de toekomst goed en actief te kunnen benaderen is het culturele uitgaanspatroon van de doelgroep een belangrijk gegeven. In deze paragraaf wordt het culturele uitgaanspatroon van beide segmenten van de onderzochte groep (de kunstkopers en de potentiële kunstkopers) besproken.

##### 4.7.5.1 De kunstkopers

Van de groep kunstkopers bezoekt 92.0 % regelmatig een café in de binnenstad.

In onderstaande tabel is het bezoek aan culturele instellingen van de groep kunstkopers weergegeven:

**Tabel 4.13**

Soort culturele instelling	Bezocht door de groep kunstkopers	
	Absoluut	In procent
Bioscoop	88	70.4
Theater	91	72.8
Museum	108	86.4
Concert	77	61.6
Galerie	100	80.0

Het grootste gedeelte van de groep kunstkopers bezoekt dus regelmatig één van de bovengenoemde culturele instellingen. In verhouding worden er minder vaak een concert bezocht en vaker een museum of een galerie.

Ook het bezoek aan café's in de binnenstad is erg hoog onder de groep kunst kopers (92.0 %), café's die regelmatig door deze groep worden bezocht zijn: grand theater, broekhuis.

##### 4.7.5.2 De potentiële kunstkopers

Ook bij de groep potentiële kunstkopers ligt het café bezoek erg hoog, namelijk 91.9 %.

Om de interesse's van de potentiële kunstkopers te kunnen vergelijken met die van de kunstkopers zijn ook van deze groep de bezoeken weergegeven.

In tabel 4.14 is het bezoek aan de verschillende culturele instellingen van deze groep weergegeven.



**Tabel 4.14**

Soort culturele instelling	Bezocht door de groep potentiële kunstkopers	
	Absoluut	In procent
Bioscoop	114	91.9
Theater	71	57.3
Museum	96	77.4
Concert	66	53.2
Galerie	56	45.2

Opvallend hierbij is dat de bioscoop bijna door iedereen van deze groep bezocht wordt, ook het museum bezoek scoort erg hoog bij deze groep.

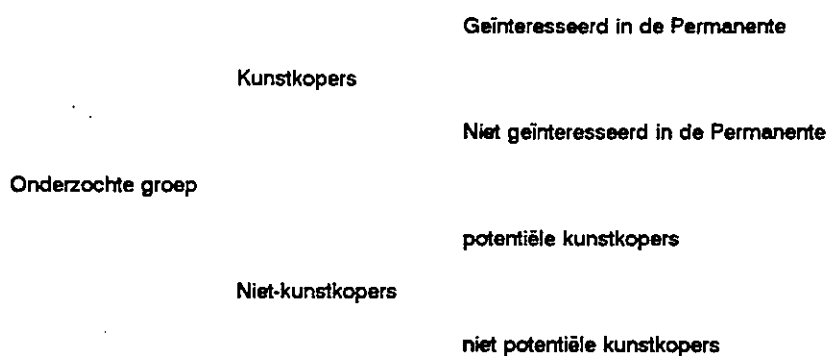
Het theater en concert bezoek scoren daarentegen laag en de galeriën worden zelfs nog minder door deze groep bezocht.

#### 4.8 Conclusies

Uit het doelgroep onderzoek naar de doelgroepen van Kunsthuis de Permanente zijn een aantal resultaten voortgekomen welke leiden tot de conclusies die in deze paragraaf besproken worden.

Eén van de belangrijkste uitkomsten van het doelgroep onderzoek is de opsplitsing van de totale onderzochte groep in een aantal aparte groepen. Hierbij zijn twee hoofdgroepen te onderscheiden die weer opgedeeld zijn in een aantal sub-groepen. Deze structuur staat schematisch weergegeven in figuur 4.1.

**Figuur 4.1**



De groepen die het meest interessant zijn voor de Permanente zijn de groepen 'geïnteresseerd in de Permanente' en 'potentiële kunstkopers'. De eerste groep omdat dit het publiek is dat reeds kunst koopt en in de toekomst serieus wil overwegen om hun kunst aankopen bij de Permanente te doen. De tweede groep omdat

deze groep wel kunst wil kopen zoals de Permanente dit aanbiedt, in de vorm van een groot aanbod en grote prijsvariatie. In onderstaande paragrafen worden de belangrijkste gegevens van deze twee groepen besproken.

#### 4.8.1 De kunstkopers die geïnteresseerd in de Permanente zijn

De groep kunstkopers die interesse hadden in de vorm waarin de Permanente haar produkten aanbiedt bestaat uit 109 personen. Dit is 40.2 % van de totale onderzochte groep.

Aan de hand van het kunstkopersprofiel van Peat Marwick (zie H-3.3) is gekeken of dit profiel overeenkomt met het profiel zoals dit uit het onderzoek is gekomen (tabel 4.15).

**Tabel 4.15**

	Peat Marwick	De Permanente
Leeftijd:	30 - 50 jaar	20 - 50 jaar
Opleiding:	hbo of wo	mbo, hbo of wo
Inkomen:	fl. 50,000 en hoger	niet bekend
Beroep:	actieve beroepsbevolking	actieve beroepsbevolking
Cult. belangst.:	duidelijk aanwezig	duidelijk aanwezig
Woonplaats:	ongeveer de helft komt niet uit de plaats waar de kunst gekocht wordt	ongeveer de helft komt niet uit de plaats waar de kunst gekocht wordt
Substituut:	veel kopers moeten iets laten voor de aanschaf	niet bekend

Er zijn enkele punten weggelaten die wel voorkwamen in het verslag van Peat Marwick, maar die niet terugkomen in het onderzoek van de Permanente omdat deze punten voor de Permanente van minder belang zijn.

Uit tabel 4.15 blijkt dat de meeste punten overeenkomen, maar dat er toch enkele duidelijke verschillen tussen beide onderzoeken zijn.

Opvallend is dat de door de Permanente onderzochte groep een breder kunstkopers publiek bevat, de leeftijd varieert van 20 - 50 jaar en de scholing begint al vanaf mbo.

Het onderzoek van Peat Marwick dateert uit 1984, dus een logische verklaring hiervoor zou kunnen zijn dat een breder publiek zich de afgelopen tien jaar voor kunst is gaan interesseren.

Deze groep zou in de toekomst actief door de Permanente benaderd moeten worden, bijvoorbeeld door mailings of door het



verspreiden van posters in die culturele gelegenheden die door dit gedeelte van de onderzochte groep vaak wordt bezocht. De culturele gelegenheden die deze groep vaak bezoekt in volgorde van frequentie van de bezoeken zijn: museum, galerie, theater en bioscoop. Minder vaak bezoekt deze groep concerten. Belangrijke punten waar de Permanente op moeten letten bij het aanbieden van haar produkt zijn volgens deze groep een grote verscheidenheid in prijs en een groot assortiment. Minder belangrijk vindt deze groep een regelmatig wisselend assortiment en de aanwezigheid van professioneel personeel. Voor het grootste gedeelte van deze groep is de ligging van de Permanente ook minder belangrijk, 69.7 % van deze groep zou de Permanente ook bezoeken als deze niet op de normale winkelroute ligt. Belangrijk hierbij wel is dat er dan een goed informatie kanaal moet worden opgezet om de Permanente te promoten. Dat daar behoefte aan is blijkt uit het feit dat 68.8 % van deze groep graag geïnformeerd wil blijven over de activiteiten van de Permanente door middel van nieuwsbrieven en mailingen.

#### 4.8.2 De Potentiële kunstkopers

De groep potentiële kunstkopers, dus de groep die momenteel nog geen kunst koopt maar dit in de toekomst wel zou willen overwegen als het op een laagdrempelige manier zou worden aangeboden, bestaat uit 124 personen.

De belangrijkste motivatie van deze groep om geen kunst te kopen is dat er een beeld bestaat dat kunst te duur is voor deze groep. Om een duidelijk beeld van deze groep te krijgen is in tabel 4.16 een profielschets van deze groep weergegeven.

Tabel 4.16

	De potentiële kunstkopers
Leeftijd:	het grootste gedeelte van deze groep valt in de leeftijdscategorie 20 - 30 jaar. (Gemiddeld: 27.6 jaar)
Opleiding:	het grootste gedeelte van deze groep heeft hbo of wo als hoogste genoten onderwijs (63.7 %)
Beroep:	scholier of student (44.4 %) actieve beroepsbevolking (39.5 %)
Woonplaats:	het grootste gedeelte van deze groep woont in de stad Groningen (73.4 %)
Culturele belangstelling:	duidelijk aanwezig

Uit tabel 4.16 blijkt dat de groep potentiële kunstkopers voor het grootste gedeelte uit jongere mensen bestaat, deels nog studierend en deels met een betaalde baan.

Er is een duidelijke culturele belangstelling aanwezig bij deze groep. Belangrijke aandachtspunten hierbij voor de Permanente zijn de culturele instellingen die deze groep bezoekt. Dit zijn in volgorde van de frequentie van het bezoek: Cafés, bioscopen en musea. Gelegenheden die minder vaak door deze groep worden bezocht zijn theaters, concerten en galeriën.

Opvallend bij deze groep was dat bijna de gehele groep (91.9 %) wel eens een bioscoop bezocht. Om deze groep te bereiken is het dus belangrijk dat de Permanente regelmatig informatie verspreidt via deze gelegenheden.

#### **4.9 Aanbevelingen**

In deze laatste paragraaf worden aanbevelingen gedaan voor het management van kunsthuis de Permanente.

Deze aanbevelingen geven een overzicht van de manier waarop het management kan inspelen op de belangrijkste uitkomsten van het doelgroep onderzoek. Dit wordt gedaan aan de hand van de volgende punten: produkt, personeel, plaats, prijs en promotie.

##### **Produkt**

Belangrijk is dat de kunstwinkel die onderdeel is van kunsthuis de Permanente wordt geconsolideerd en verder uitgebreid met meer kunstenaars en meer kunst. Belangrijk vindt de doelgroep dat het aanbod erg groot en divers is.

De belangrijkste aanvullingen op het huidige assortiment zouden moeten bestaan uit de kunstvormen: schilderijen etsen, aquarellen, beeldhouwwerken en keramiek. Deze kunstvormen zijn door de doelgroep al meest gewild aangegeven.

##### **Personeel**

Minder belangrijk vindt de doelgroep de aanwezigheid van professioneel personeel. Een voor de hand liggende reden is dat het produkt kunst in zeer hoge mate afhankelijk is van de persoonlijke smaak van de consument.

Het management van de Permanente moet er dus voor zorgen dat er binnen het bedrijf wel professioneel personeel aanwezig is dat in geval dat de consument dat wenst advies en achtergrondinformatie kan geven, maar een agressievere consumentenbenadering wordt niet door de doelgroep op prijs gesteld.

##### **Plaats**

Uit het doelgroeponderzoek is gebleken dat het grootste gedeelte van de doelgroep het niet belangrijk vindt dat de lokatie van de Permanente binnen het winkelcentrum ligt.

Wel belangrijk is natuurlijk dat de plaats waar het kunsthuis zich bevindt bekend is bij de doelgroep. Dit kan onder andere bereikt



worden door een actief en gericht promotie beleid.

#### Prijs

Ook wordt de prijs als belangrijk koopargument gezien door de doelgroep. Vooral onder de potentiële kopers die over het algemeen een klein besteedbaar inkomen hebben is dit een belangrijk marketinginstrument.

Het management van kunsthuis de Permanente zal dan ook in de toekomst er op moeten toe zien dat kunst in alle prijsklassen wordt aangeboden, omdat de potentiële kunstkopers een groot gedeelte van de doelgroep uitmaken.

#### Promotie

In de toekomst zal kunsthuis de Permanente haar doelgroepen actief moeten gaan benaderen. Het blijkt dat er een groot aantal consumenten is dat in de Permanente is geïnteresseerd, maar dat niet op de hoogte is van het bestaan van het kunsthuis.

Onder andere door het opzetten van een professioneel adressenbestand, het gericht sturen van mailings en folders en het actief promoten van de openingen van de maandelijkse tentoonstellingen, bijvoorbeeld door middel van posters in de verschillende uitgaansgelegenheden, kan de Permanente in de toekomst haar doelgroepen beter benaderen.

## 5 POSITIONERING BINNEN DE KUNSTMARKT

### 5.1 Inleiding

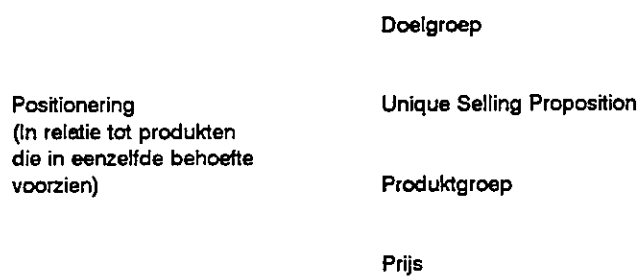
In het volgende hoofdstuk wordt het produkt van de Permanente gepositioneerd in de huidige kunstmarkt.

Volgens Ans J. Carels in het boek 'Nieuw' zal bij positionering het nieuwe produkt voor de consument altijd een bestaand produkt vervangen (of een bestaand produkt aanvullen). De positionering spitst zich dan ook toe op de vraag: voor wie is ons produkt bedoeld en in plaats van wat?

We kunnen de positionering opsplitsen in een aantal onderdelen (zie fig. 5.1).

#### figuur 5.1

Positioneringsonderdelen:



In de volgende paragrafen wordt aan de hand van deze positioneringsonderdelen de positionering van de Permanente binnen de markt geschetst.

### 5.2 Doelgroep

De doelgroep van de Permanente is onder te delen in drie groepen, te weten de consumenten, instellingen en het patronaat.

De doelgroepen instellingen en het patronaat bestaan uit bedrijven uit de gemeente Groningen (zie voor praktijkvoorbeelden bijlagen 1 en 5).

De doelgroep consumenten van de Permanente is bepaald in hoofdstuk 4 waar door middel van een doelgroep onderzoek deze doelgroep van de Permanente in kaart is gebracht.

Deze doelgroep van de Permanente bestaat uit consumenten in de leeftijd 20 tot 50 jaar met een mbo opleiding of hoger.

De doelgroep consumenten heeft duidelijke culturele interesse's en een gevarieerd uitgaans patroon.

De doelgroep consumenten maakt voor het grootste gedeelte deel uit van de actieve beroepsbevolking.

Eisen die de doelgroep stelt aan de Permanente zijn een groot aanbod van verschillende produkten en een grote verscheidenheid



in prijzen.

### **5.3 Unique Selling Proposition**

De unique selling proposition of de meerwaarde die het produkt van de Permanente biedt is de exclusiviteit en de diversiviteit van haar produkt.

Het produkt is exclusief omdat alle aangeboden onderdelen ervan (de kunstwerken) unieke exemplaren zijn. Hiermee onderscheidt de Permanente zich van de concurrenten die zich hebben toegespitst op de trend en design markt, zoals kado- en posterwinkels.

Het produkt is divers omdat er een zeer groot aantal verschillende kunstwerken in verschillende diciplines wordt aangeboden. Met dit aspect onderscheidt de Permanente zich van een andere belangrijke concurrent, namelijk de galeriën. Deze groep biedt meestal slechts werk van één of enkele kunstenaars.

De kracht van de Permanente ligt dus in de exclusiviteit en de diversiviteit van haar produkt. Om van deze kracht optimaal gebruik te kunnen maken zal de Permanente zich dan ook zo moeten profileren dat de consumenten duidelijk zien dat het produkt van de Permanente in de aangeboden vorm, ook slechts bij de Permanente verkrijgbaar is.

### **5.4 Produktgroep**

De produktgroep van de Permanente bestaat uit twee hoofdgroepen, ten eerste een zeer breed aanbod op het gebied van beeldend kunst en vormgeving.

Dit wordt aangeboden op een winkel manier, dus veel verschillende kunstwerken van veel verschillende kunstenaars. Daarbij streeft de Permanente er naar om ook een zo groot mogelijke verscheidenheid in prijzen aan te bieden.

Daarnaast biedt de Permanente ook maandelijks een wisselende tentoonstelling van één of twee kunstenaars in een apart daarvoor gereserveerd gedeelte van haar ruimte.

De produktgroep van de Permanente bestaat dus uit een zeer breed aanbod van kunst in de volgende diciplines: schilderijen, etsen, aquarellen, meubelvormgeving, beeldhouwwerken, mode, fotografie, kermiek, verpakkingsvormgeving en gebruiksvoorwerpen. Met daarnaast een galerie die elke maand een andere kunstenaar de ruimte geeft om zichzelf te kunnen profileren.

De tweede produktgroep die de Permanente aanbiedt is het verzorgen van culturele activiteiten voor bedrijven en instellingen. Hiervoor kan onder andere gebruik gemaakt worden van de ruimte van de Permanente en daarnaast biedt de Permanente haar kennis op het gebied van kunst en cultuur en haar contacten binnen de kunstwereld aan het bedrijfsleven aan.

### 5.5 Prijs

De prijs is een van de belangrijkste instrumenten van de Permanente, zowel ten opzichte van de concurrentie als naar de vraag van de doelgroep.

De Permanente kan zich positief van haar belangrijke concurrenten als een cbk en de Groninger galeriën onderscheiden door middel van een grote verscheidenheid in prijs. Hiermee kan niet alleen een groep kopers worden aangetrokken die momenteel kunst via andere kanalen kopen, maar er kan ook een nieuwe groep kopers worden aangetrokken die wel geïnteresseerd zijn in kunst, maar die zich de aanschaf op dit moment (nog) niet kunnen veroorloven.

Voor de Permanente is het dus van groot belang dat het huidige prijsbeleid wordt doorgevoerd in de toekomst en eventueel nog verder wordt uitgebreid.



## **6 CREATIE**

### **6.1 Formule Kunsthuis**

De Permanente zal als zij tot realisatie van haar doelstelling wil komen moeten verhuizen naar een nieuw pand en het concept zal moeten worden aangescherpt. Bij deze nieuwe aanpak zullen alle activiteiten die binnen dit nieuwe concept aan bod komen moeten worden ondergebracht onder één noemer.

Omdat de Permanente zich niet wil toespitsen op één bepaalde vorm van kunst, moet deze naam zo'n invulling geven dat er niks op het gebied van de kunst kan worden buitengesloten door de naam. Hierom heeft het bestuur van stichting de Permanente besloten om voortaan als voorvoegsel Kunsthuis te voeren.

De naam Kunsthuis sluit geen enkele vorm van kunst uit, maar schept ook geen hoogdrempelig imago. De combinatie van de woorden kunst (het produkt van de Permanente in de ruimste zin des woords) en huis (laagdrempelig imago) is dan ook voor de Permanente de ideale omschrijving van waar zij voor staat.

### **6.2 Mogelijkheden opzet van Kunsthuis de Permanente in een nieuw pand**

Er zijn twee reële mogelijkheden voor de invulling van het nieuwe pand dat Kunsthuis de Permanente moet gaan betrekken.

De eerste mogelijkheid is het splitsen van het pand in een kunstwinkel en een tentoonstellingsruimte (4.3). De tweede mogelijkheid is het pand splitsen in een kunstwinkel en een tentoonstellingsruimte, waarbij de kunstwinkel wordt opgedeeld in verschillende afdeling die of door Kunsthuis de Permanente of door derden kunnen worden beheert (4.4).

In onderstaande paragrafen worden beide mogelijkheden verder uiteengezet.

### **6.3 Winkelruimte en tentoonstellingsruimte**

Verdelen van de ruimtes over een winkelruimte en een tentoonstellingsruimte. (Een goed voorbeeld van deze opzet is de Frozen Fountain<sup>1</sup> in Amsterdam).

#### **6.3.1 Winkelruimte**

Deze winkel kenmerkt zich door een zeer groot aanbod van verschillende soorten kunst van meerdere kunstenaars (ongeveer 30).

<sup>1</sup> De Frozen Fountain aan de Prinsengracht in Amsterdam is een vormgevingswinkel die zowel designprodukten als originele kunst verkoopt. Naast een uitgebreid winkel aanbod hebben zij ook een tentoonstellingsruimte waar voortdurend exposities zijn.

Deze kunstwerken worden niet maandelijks gewisseld maar blijven permanent hangen of wanneer nodig vervangen (bijvoorbeeld bij verkoop of geen verkoop op langere termijn(ongeveer 2 maanden)) door nieuwe kunstwerken van dezelfde of een andere kunstenaar.

Kunstwerken in alle prijsklassen moeten te koop worden aangeboden (er moeten werken zijn vanaf f 25,=, maar ook voor mensen die duurdere kunstwerken willen kopen moet er een ruim toereikend aanbod zijn).

Van alle deelnemende kunstenaars komt bij hun werken een korte biografie van de kunstenaar te hangen, met persoonlijke gegevens en gegevens over eerdere tentoonstellingen, zodat de klanten zich kunnen informeren over de kunstenaars.

De kunstenaars die aan deze winkel deelnemen hoeven geen hang- of stageld te betalen, maar moeten een eenmalig bedrag van f 25,- voor de inschrijf- en administratiekosten betalen.

### **6.3.2 Tentoonstellingsruimte**

In een aparte ruimte worden maandelijks wisselende tentoonstellingen georganiseerd. De bedrijvenclub 'Patronaat der Permanente' kan zich uiten door middel van deze tentoonstellingen. Per tentoonstelling exposeren maximaal 2 kunstenaars, die f 500,= hanggeld per persoon betalen.

De tentoonstellingsruimte kan gebruikt worden voor allerlei activiteiten zoals: workshops, lezingen, recepties, optredens, masterclasses, ontvangsten, uitreikingen etc.

De maandelijks tentoonstellingen worden bovendien gebruikt om iedere maand publiciteit te krijgen, dit werkt zowel in het voordeel van de bedrijvenclub (zie ook bijlage I) als in het voordeel van Kunsthuis de Permanente.

### **6.4 Winkelruimte met aparte afdelingen en tentoonstellingsruimte**

Een tweede mogelijkheid is om dezelfde opzet te handhaven als genoemd in paragraaf 4.2, alleen hierbij de winkelruimte als omschreven in 4.2.1 een minder prominente plaats te laten vervullen.

#### **6.4.1 Winkelruimte met aparte afdelingen**

In plaats van de eerder omschreven winkelruimte de ruimte verdelen in meerdere kleine afdelingen waarbij iedere afdelingen zijn eigen specialiteit heeft (een warenhuis met allerlei verschillende afdelingen, waarbij kunst als referentiekader fungeert).

Dit houdt in dat een bepaald gedeelte van de begane grond wordt gereserveerd voor de winkelruimte als omschreven in 4.2.1 en de rest van de begane grond wordt verhuurd aan instellingen die nauw met het 'kunstgebeuren' zijn verbonden.

Je krijgt dan het kunstwarenhuis waarbij de begane grond is opgedeeld in verschillende compartimenten met een permanent karakter die worden gebruikt voor initiatieven van beginnende onder-



nemers uit de kunstwereld.

Voorbeelden van initiatieven met als thema kunst en cultuur die plaats zouden kunnen vinden binnen dit idee zijn:

- 1 Mode
- 2 Persoonlijke accessoires
- 3 Kunst video's
- 4 Kunstreizen bureau
- 5 Coffee shop
- 6 Kunst boeken
- 7 Thematische activiteiten
- 8 Uitvoerende kunstenaars
- 9 Kunstbenodigdheden
- 10 Lijstenmaker

ad 1 Mode : Enkele vooraanstaande Noordelijke mode ontwerp(st)ers gaan een kleding winkel beginnen.

ad 2 Persoonlijke accessoires: Enkele vooraanstaande Noordelijke ontwerp(st)ers gaan een winkel beginnen gespecialiseerd in allerlei persoonlijke accessoires (sieraden, tassen etc.).

ad 3 Kunst video's: Hier kunnen permanent video voorstellingen vertoond worden van kunst films. Deze films worden ook weer verkocht, en eventueel zou er ook een systeem kunnen worden opgezet voor de verhuur van deze films.

ad 4 Kunstreizen bureau: Een bestaand reisbureau dat culturele en/of kunst reizen organiseert gaat zich vertegenwoordigen binnen het pand.

ad 5 Coffee shop: In eigen beheer of in beheer van een derde zou een kleine coffee-shop kunnen worden begonnen waar klanten in een artistieke en ontspannen sfeer een kopje koffie of thee kunnen drinken. Eventueel zou hier ook een soort 'werk in uitvoering' situatie gecreëerd kunnen worden met iemand die taarten of iets dergelijks bakt die vervolgens ook verkocht worden. In deze coffee shop kan een podium worden geplaatst waar dagelijks voorstelling kunnen zijn van artiesten en bandjes. Je kan bijvoorbeeld dit podium aanbieden voor bandjes om te repeteren of voor theatergezelschappen om try-outs uit te voeren. (Dit met de kanttekening dat dit moet passen binnen het gemeentelijke bestemmingsplan).

ad 6 Kunst boeken: Een boekenwinkel die gespecialiseerd is in kunstboeken en tweede hands boeken kan binnen het pand kunstboeken en tweede hands boeken exploiteren.

ad 7 Thematische activiteiten: Iedere maand kan een ander thema

centraal staan.

Deze thema's kunnen ook terug komen in de andere activiteiten binnen het kunstwarenhuis. Hierbij valt te denken aan verschillende thema's zoals:

- \* Groninger landschap
- \* Afrikaanse kunst
- \* Aziatische kunst
- \* Water
- \* Vuur
- etc.

ad 8 Uitvoerende kunstenaars: Op de afdeling uitvoerende kunstenaars kunnen enkele kunstenaars hun werk uitvoeren voor het publiek, te denken valt aan portret tekenen, het beschilderen van gebruiksvoorwerpen, fotograferen, maar ook het uitleg geven bij bepaalde kunst-technieken aan het het publiek.

ad 9 Kunstbenodigdheden: Een bedrijf dat materialen voor kunstenaars (ook voor amateur kunstenaars) verkoopt.

ad 10 Lijstenmaker: Een lijstenmaker kan bijvoorbeeld gekochte kunstwerken direct inlijsten, maar ook zelf meegebrachte kunstwerken zouden hier kunnen worden ingelijst.

#### 6.4.2 Tentoonstellingsruimte

Bij deze tweede mogelijkheid blijft het idee van de tentoonstellingsruimte in een aparte ruimte (zie paragraaf 4.2.2) gewoon gehandhaafd.

#### 6.5 Mogelijkheden

Het voordeel van de eerste mogelijkheid is dat het complete pand en alle daarin plaatsvindende activiteiten in handen blijven van Kunsthuis de Permanente.

Het voordeel van de tweede mogelijkheid is het delen van de huurlasten van Kunsthuis de Permanente met overige exploitanten van het pand. Dit hoeft niet per definitie een vast bedrag te zijn, maar kan in overleg bijvoorbeeld ook een vast percentage van de omzet van de exploitanten zijn.

Een alternatief voor beide mogelijkheden is een gedeeltelijke uitvoering van de tweede mogelijkheid en enkele bedrijven aantrekken die meedelen in de kosten van het pand en als tegenprestatie een eigen afdeling mogen exploiteren binnen het pand.

Een tweede alternatief is het wel in eigen beheer houden van alles maar zelf de activiteiten als genoemd bij de tweede mogelijkheid gaan exploiteren. Voordeel hierbij is dat alles in eigen beheer blijft



en dat inkomsten uit alle activiteiten voor Kunsthuis de Permanente zelf zijn, nadeel hierbij is dat alle kosten en de risico's voor rekening van Kunsthuis de Permanente zijn.

## **Bijlage I**

### **Presentatiemap 'Patronaat der Permanente'**



## **Inhoud**

### **Statuten van de stichting**

- 1. Cultuur-schok op kunstgebied**
- 2. De gedachte achter het 'Kunsthuis'**
- 3. De ondersteuning van cultuur; een dynamisch en sympathiek marketinginstrument**
- 4. Dit bereikt u met ondersteuning van Kunsthuis de Permanente**
- 5. Dit biedt Kunsthuis de Permanente**
- 6. Case: Zwartwoud Hoza Designprijs**

## **Statuten Stichting De Permanente**

Naam en zetel. Artikel 1.

De stichting draagt de naam "Stichting De Permanente", en is gevestigd te Groningen.

Doel. Artikel 2.

1. De stichting heeft ten doel het scheppen van een kunst en vormgevingswinkel voor Groninger kunstenaars.
2. De stichting tracht haar doel te bereiken door:
  - a. het bieden van een platform aan meubelontwerpers, vormgevers, beeldend kunstenaars, architecten, modeontwerpers en fotografen;
  - b. het bevorderen van de bewustwording en het intiëren van verbanden tussen beeldende kunst en andere culturele uitgangsvormen, hetgeen verwezenlijkt zal worden door het organiseren van tentoonstellingen, lezingen, workshops en het uitgeven van publicaties rond deze activiteiten;
  - c. het bemiddelen en innoveren tussen potentiële opdrachtgevers en kunstenaars;
  - d. de verkoop van kunstwerken;
  - e. het creëren van een ontmoetingsplaats, waar vormgevers en kunstenaars uit verschillende disciplines elkaar kunnen treffen om contacten te leggen, inzichten uit te wisselen en samenwerkingen tot stand te brengen;
  - f. het stimuleren van de ongedwongen ontmoeting en interactie tussen winkelend publiek en bedrijfsleven enerzijds en de kunstenaars en hun werk anderzijds;
  - g. het promoten van meubelontwerpers, vormgevers, beeldend kunstenaars, architecten, modeontwerpers en fotografen uit Noord-Nederland als economische en culturele vitaliteit naar buiten toe;
  - h. door samenwerking met instellingen en organisaties die op soortgelijk gebied als dat van de stichting werkzaam zijn; en zo mede middels alle andere wettige middelen die aan dit doel bevordelijk kunnen zijn.

Vermogen. Artikel 3.

Het vermogen van de stichting wordt gevormd door:

- subsidies en donaties;
- schenkingen, erfstellingen en legaten;
- verkoopprovisie; horecainkomsten;
- alle andere verkrijgen en baten.

## 1. Cultuur-schok op kunstgebied

**Kunsthuis De Permanente:** Dé Cultuur-schok op Kunstgebied! In Groningen, aan de Grote Markt 43a (boven Jansen & Jansen) brengen wij publiek, kunstenaars, overheid en bedrijfsleven uit Noord-Nederland tot elkaar. Hierdoor ontstaan ongekennde mogelijkheden voor een breed Groninger kunst-platform.

**Kunstenaars:** Met een uitgekiende marketing-strategie als basis, wordt de kunst aan een breed publiek verkocht in de juiste ambiance. Kunstenaars wordt daarmee de mogelijkheid geboden om hun eigen inkomen te vergaren, ze zijn hierdoor minder afhankelijk van overheidssteun.

**Publiek:** Het Groninger publiek kan dankzij de laagdrempeligheid van Kunsthuis De Permanente kennismaken met kunst uit allerlei disciplines. Dit op toegankelijke lokatie en tegen scherpe prijzen.

**Overheid:** Doordat kunstenaars een zelfstandige bron van inkomsten krijgen, zal de gemeente minder subsidies en uitkeringen hoeven te verlenen. Verder krijgt ze de beschikking over werkervaringsplaatsen voor banenpoolers. Daarnaast heeft Groningen een uniek Kunsthuis waarmee de culturele infrastructuur verrijkt wordt.

**Bedrijfsleven:** Kunsthuis De Permanente biedt het Noordelijke bedrijfsleven een uniek instrument ter ondersteuning van de marketingstrategie. Door mee te liften op de culturele uitstraling van De Permanente bent u in staat uw bedrijfsimago op een sympathieke manier te ondersteunen en beïnvloeden. Verder kan ons Kunsthuis, een verrassende draai geven aan uw vergaderingen, presentaties en lezingen.



## **2. De gedachte achter het 'Kunsthuis'**

### **Kunsthuis De Permanente**

De marketinggedachte achter Kunsthuis De Permanente is dat kunst dáár aangeboden moet worden wáár mensen komen en kopen. Ga de confrontatie met het publiek aan. Maak kunst even toegankelijk als kleding en meubelen zijn. Haal de drempels weg. Laat kunstenaars in contact komen met het publiek. Maak het publiek deel van het creatieve proces van een kunstenaar.

Creëer een aangename sfeer waarin vele omgevingsgroepen elkaar kunnen treffen. Met andere woorden; zorg voor een cultureel platform voor publiek, kunstenaars, overheid & bedrijfsleven. Kunsthuis De Permanente.

### **Realisatie**

Om voorgaande marketingfilosofie te kunnen realiseren is Kunsthuis De Permanente op zoek naar een andere ruimte. Het is niet zo zeer dat de huidige etage aan de Grote Markt niet voldoet, maar dat een pand bestaande uit meerdere verdiepingen beter in staat is de Kunsthuis-gedachte over te brengen. Uw financiële ondersteuning wordt dan ook direct gebruikt voor financiering van de nieuwe woonruimte.

### **3. De ondersteuning van Cultuur ; een dynamisch en sympathiek marketinginstrument**

Het bedrijfsleven is nu, in de jaren negentig, op zoek naar nieuwe communicatie-instrumenten ter ondersteuning van de marketingstrategie. Met de oude, vertrouwde massa-communicatie is het onmogelijk om de juiste personen op een kwalitatief hoogstaande manier te bereiken.

Voor het beïnvloeden of verstevigen van uw bedrijfsimago zult u moeten grijpen naar subtielere en meer hoogwaardige communicatie-middelen. Communicatie-middelen die onderscheidend, dynamisch en vernieuwend zijn. Door het gebruik van **Cultuur** als marketingtool kunt u deze waarden aan uw bedrijf binden.

Maar er is meer. Ondersteuning van Kunsthuis de Permanente biedt u naast de dynamiek van Cultuur nóg een karaktertrek die uw bedrijf goed zal doen; sympathie. Door uw ondersteuning worden wij in staat gesteld om onze doelen te realiseren. Uw optreden als patroon van de Noordelijke kunst, geeft óns de kans om kunst ook werkelijk bereikbaar te maken en de overheid te ontlasten door kunstenaars een eigen bron van inkomsten te geven.

Een verbintenis tussen uw bedrijf en onze Permanente is daarom een wederkerige relatie, waarvan we beiden de vruchten zullen plukken.

#### **4. Dit bereikt u met de ondersteuning van Kunsthuis de Permanente**

Wat kan ondersteuning van Kunsthuis De Permanente nu concreet voor uw bedrijf betekenen? Met andere woorden, welke marketingdoelstellingen kunnen gerealiseerd worden? We dragen hier een aantal aan:

- Imago-ondersteuning:** Ondersteuning van de Permanente levert aanvullende publiciteit op in alle lokale en plaatselijke media. Sympathieke en imago-ondersteunende publiciteit voor uw bedrijf als patroon van kunst en cultuur in Groningen.
- Afneemers:** Klanten en zakelijke relaties kunnen in de Permanente op een verrassende manier worden ontvangen. Voor vergaderingen, persconferenties, produktpresentaties, lezingen en recepties biedt Kunsthuis de Permanente de juiste ambiance.
- Medewerkers:** Relaties tussen medewerkers kunnen via de Permanente worden versterkt door de gemeenschappelijk interesse voor kunst en cultuur. Personeelsbonussen in de vorm van kunstbonnen of korting op kunstwerken zijn ook mogelijk.
- Overheid:** Richting de gemeentelijke overheid is ondersteuning van de Permanente een sympathiek gebaar. De Permanente is een banenscheppend initiatief dat probeert kunstenaars hun eigen inkomen te laten vergaren.
- Ondernemer:** Een lid van het Patronaat der Permanente komt u in contact met cultuur-geïnteresseerde bedrijven uit andere branches. De Permanente organiseert periodiek bijeenkomsten voor de leden met borrels in een kunstzinnige sfeer.



## **5. Dit biedt Kunsthuis de Permanente**

De Permanente biedt elke maand een nieuwe thema-expositie. In totaal zijn er per jaar 10 verschillende exposities. Voor elke opening van een nieuwe expositie versturen we 500 gepersonaliseerde uitnodigingen. Per jaar worden dus tenminste 5.000 mailingen verstuurd. Verder verspreiden wij elke maand posters in een geselecteerd aantal uitgaansgelegenheden.

In en op alle uitingen van de Permanente wordt uw bedrijf subtiel vermeld, een héél jaar lang! Verder mag u als Patroon der Permanente uw bedrijfsnaam exclusief aan één van de 10 exposities binden.

### **• Communicatieuitingen**

- Tijdens úw expositiemaand: 500 door De Permanente verstuurde, gepersonaliseerde mailingen met naamsvermelding in de body van de brief. Voor 250 van deze mailingen kunt u zelf adressen aandragen. U kunt dus 250 van uw eigen relaties uitnodigen voor de opening van de thema-expositie. In de 4.500 mailingen die voor de overige expositiemaanden worden verstuurd wordt uw bedrijf subtiel aangehaald door vermelding van uw logo.
- Op de posters voor úw expositiemaand wordt uw bedrijf bovenaan vermeld. De expositie wordt als volgt gepresenteerd: 'Deze expositie wordt u aangeboden door [uw bedrijf]!'. Bij de overige exposities wordt onderaan de posters vermeld dat deze expositie 'mede mogelijk is gemaakt door [uw bedrijf en uw collega patronen]'

### **• Expositieruimte**

- Voor directie-vergaderingen, recepties, presentaties, lezingen en dergelijke bieden wij u onze expositieruimte aan. U, uw medewerkers en uw zakenrelaties kunnen op afspraak een dagdeel lang gebruikt maken van de sfeervolle ruimte van Kunsthuis de Permanente, waarbij iedere aanwezige een gratis kop koffie of thee krijgt aangeboden\*. In overleg kunnen wij voor uw bedrijf speciale (culturele) lezingen organiseren en de catering verzorgen.

### **• Relatiepas**

- Met onze relatiepas kunnen u en uw medewerkers kunst kopen tegen 10% korting. Bij kwantum-aanschaf via bijvoorbeeld de personeelvereniging kan deze korting nog verder oplopen.

### **• Borrelavonden 'Beschermeren van de Permanente'**

- Voor u, uw collega-beschermeren en medewerkers van De Permanente organiseren wij vier maal per jaar een informele borrel. Waarbij u in contact komt met andere cultureel geïnteresseerde bedrijven en Noordelijke kunstenaars.

\* Dit geldt tot een maximum van 50 gratis consumpties per jaar.

### **● Besloten veiling**

- Speciaal voor het 'Patronaat der Permanente' organiseren wij 1 maal per jaar een besloten kunstveiling. Tijdens deze veiling kunt u voordelig bedrijfskunst aanschaffen om uw eigen ruimtes een beetje meer kleur te geven, of uw relaties op een originele manier met een kunstwerk te verrassen.

### **● Nieuwsbrief Kunsthuis de Permanente**

- Wij geven 4 keer per jaar De Permanente Nieuwsbrief uit. Afhankelijk van het aantal medewerkers in uw bedrijf, krijgt u de beschikking over een aantal 'kantine-exemplaren' van de nieuwsbrief. Bovendien wordt ook in deze nieuwsbrief uw bedrijf subtiel aangehaald door vermelding van uw logo.

### **● Uw voordelen:**

- 6.000 keer per jaar uw naam verbonden aan een ideële culturele instelling, door middel van vermelding van uw naam of logo op mailingen en posters.
- Artistieke ruimte waar u bijeenkomsten kunt organiseren als vergaderingen, lezingen, produkt presentaties etc.
- 50 gratis consumpties tijdens deze bijeenkomsten.
- Spectaculaire kortingen (minimaal 10 %) op al uw kunstaankopen.
- Gezellige informele borrels met andere cultuurminnende managers uit het Groninger bedrijfsleven.
- Exclusieve kunstveiling.
- Gratis vier maal 100 exemplaren van de Permanente nieuwsbrief voor uw personeel en uw relaties.
- Positieve imago ondersteuning van uw bedrijf zowel naar uw cliënteel als naar de overheid

## **6. Case: Zwartwoud Hoza Designprijs**

### **Zwartwoud**

Metaalverwerkend bedrijf Zwartwoud Hoza Sales bv, gevestigd te Groningen, ontwerpt en produceert innovatieve meubelen, waaronder de dit jaar geïntroduceerde Zetoe-lijn. Zwartwoud won in 1993 de Groninger Ondernemersprijs en behaalde dit jaar het ISO-9002 certificaat.

Om het **innovatieve en kwalitatieve** imago van de onderneming extra te onderstrepen wilde Zwartwoud een extern evenement opzetten. Uitgangspunt was dat het evenement in overeenstemming zou zijn met het in de toekomst gewenste bedrijfsimago, en dat het een wezenlijk onderdeel van de communicatiemix zou worden.

### **De Permanente**

Stichting de Permanente heeft onder andere als doel Groninger kunstenaars te helpen bij het verkrijgen van eigen inkomsten. De Permanente verzorgt bijvoorbeeld cursussen over kunst-ondernemerschap en coördineert de kunstverkoop aan particulieren

Verder legt de Permanente contacten met het Noordelijke bedrijfsleven. Kunstenaars kunnen door deze contacten opdrachten krijgen voor bijvoorbeeld relatiegeschenken, jubileumcadeaus en bedrijfskunstwerken.

### **Zwartwoud Hoza Designprijs**

De, door de Permanente georganiseerde, Zwartwoud Hoza Designprijs is een ontwerpwedstrijd voor Noordelijke ontwerpers, vormgevers en kunstenaars. Doelstelling is kunstenaars te stimuleren om vernieuwende en innovatieve ontwerpen te maken, die passen binnen het kwalitatieve kader van Zwartwouds Zetoe-lijn.

Voor ontwerpers en vormgevers is de Designprijs dé kans om hun ontwerpen aan een breed publiek te tonen. De ontwerpen werden tijdens een open-dag bij Zwartwoud geëxposeerd en stonden daarna 3 weken bij de Permanente tentoongesteld. De uitreiking, 4 weken na introductie van de Designprijs, zorgde voor een extra publiciteitsmoment voor Zwartwoud. De media gaf ruime aandacht aan de prijsuitreiking.

Zowel Zwartwoud Hoza Sales B.V. als Kunsthuis de Permanente ervoeren de samenwerking als uitermate positief, een mooi voorbeeld van intensief contact en samenwerking tussen het bedrijfsleven en de 'kunstwereld'.



## **Bijlage II**

**De Kunst-Koop-Club**



brengen. -----  
 f. het stimuleren van de ongedwongen ontmoeting en ----  
 interactie tussen winkelend publiek en bedrijfsleven --  
 enerzijds en de kunstenaars en hun werk anderzijds; ---  
 g. het promoten van meubelontwerpers, vormgevers, -----  
 beeldend kunstenaars, architecten, modeontwerpers en --  
 fotografen uit Noord-Nederland als economische en -----  
 culturele vitaliteit naar buiten toe -----  
 h. door samenwerking met instellingen en organisaties -  
 die op soortgelijk gebied als dat van de stichting ----  
 werkzaam zijn; -----  
 en zo mede middels alle andere wettige middelen die aan  
 dit doel bevorderlijk kunnen zijn. -----

Vermogen -----

Artikel 3 -----

Het vermogen van de stichting zal worden gevormd door:  
 - subsidies en donaties; -----  
 - schenkingen, erfstellingen en legaten; -----  
 - verkoopprovisie; horecainkomsten; -----  
 - alle andere verkrijgingen en baten. -----

Bestuur -----

Artikel 4 -----

1. Het bestuur van de stichting bestaat uit tenminste -  
 drie leden en wordt voor de eerste maal bij deze ---  
 akte benoemd. Het aantal leden wordt - met inacht---  
 neming van het in de vorige zin bepaalde - door het  
 bestuur met algemene stemmen vastgesteld. -----
2. Het bestuur (met uitzondering van het eerste -----  
 bestuur, waarvan de leden in functie worden benoemd)  
 kiest uit zijn midden een voorzitter, een sekretaris  
 en een penningmeester. De functies van sekretaris en  
 penningmeester kunnen ook door één persoon worden --  
 vervuld. -----
3. Bij het ontstaan van een (of meer) vakature(s) in <sup>2</sup>  
 het bestuur, zullen de overblijvende bestuursleden -  
 met algemene stemmen (of zal het enige overblijvende

## Begroting 1995

Balans			
Inrichting en verbouwing	f 50.000,=	Lening	f 50.000,=
V & W / exploitatie			
Inkomsten van derden:		Vaste kosten:	
Patronaat der Permanente Gemeente	f 90.000,=  f 50.916,=	Huur gebouw Vaste lasten gebouw Aflossing lening Afschrijving inventaris	f 70.500,= f 20.000,= f 15.000,= f 10.000,=
Exploitatie inkomsten:		Personeel/4 banenpoolers	f 10.000,=
Bijdragen kunstenaars 10 x f 1.000,=	f 10.000,=	Overige personeelskosten	f 5.000,=
Verkoop kunstwerken	f 57.600,=	Afdracht kunstenaars	f 38.016,=
Dienstverlening aan be- drijven en instellingen	f 15.000,=	Administratiekosten	f 2.500,=
		Telefoonkosten	f 2.500,=
		Accountant	f 3.000,=
		Uitnodigingen exposities 10 x 1000 x 2,25	f 22.500,=
		Onvoorzien *	f 24.500,=
Totale inkomsten	f 223.516,=	Totale uitgaven	f 223.516,=

\* Pro Memorie: Kinderopvang per maand



## Begroting 1996 - 1998

Deze begroting is gebaseerd op het terugbrengen van de overheidssubsidie in 3 jaar tot f 0,=.

De kunstverkopen in 1995 zijn gebaseerd op een omzet van f 4.800,= per maand.

Dit betekent een totale omzet aan kunstwerken in:

1995 van f 57.600,= is een winst van: f 19.584,=

Om na drie jaar een positief bedrijfsresultaat zonder de steun van de overheid te behalen moet er een stijging worden bewerkstelligd in de omzet aan kunstwerken.

Deze stijging moet per jaar f 20.400,= zijn om in 1998 zelfstandig te kunnen draaien.

Dit betekent een totale omzet aan kunstwerken in:

1996 van f 102.600,= is een winst van: f 34.884,=

1997 van f 147.600,= is een winst van: f 50.184,=

1998 van f 192.600,= is een winst van: f 65.484,=

De winst stijging van de kunstverkoop t.o.v. 1995 is in:

1996 f 15.300,=

1997 f 30.600,=

1998 f 45.900,=

Bij de berekening van deze winsten is uitgegaan van een provisie voor de Permanente van 40 % van de verkoopwaarde van de kunstwerken en een BTW van 6 % voor rekening van de Permanente..

De inkomsten van de bedrijvenclub moeten per jaar stijgen en in het jaar 1998 f 110.000,= zijn.

Dit per jaar weergegeven is in:

1996 f 90.000,=

1997 f 100.000,=

1998 f 110.000,=

De aflossing van de lening loopt per jaar in hoogte terug en is in:

1996 f 14.000,=

1997 f 13.000,=

1998 f 12.000,=

Dit betekend dat de gemeentelijke bijdrage per jaar kan worden gereduceerd en levert de volgende cijfers op in:

1996 f 34.616,=

1997 f 8.316,=

1998 f 0,=

Bij een winst op kunstverkoop in 1998 van f 52.224,=, de reductie van de kostenpost aflossing lening van f 3.000,= in dat jaar en een stijging van de inkomstenpost bedrijvenclub met f 20.000,=, wordt zonder bijdrage van de gemeente een positief resultaat behaalt van f 17.984,=.

## **Bijlage V**

**Zwartwoud Hosa design prijs**



Groningen, 19 augustus 1994

betreft: uitnodiging Zwartwoud Designprijs '94

Geachte

Stichting de Permanente is een platform waar kunstenaars hun werk kunnen exposeren en verkopen.

De Permanente nodigt u uit mee te doen aan de Zwartwoud Designprijs '94. De Zwartwoud Designprijs is een wedstrijd voor noordelijke (meubel)ontwerpers en vormgevers en wordt gesponsord door Zwartwoud. Voor deelname aan de Zwartwoud Designprijs moeten 4 meubelontwerpen worden ingestuurd die in de afgelopen twee jaar zijn ontworpen. De ontwerpen zullen door een deskundige jury worden beoordeeld op innoverende vormgeving.

De hoofdprijs van de Zwartwoud Designprijs '94 bedraagt: f 7.500,-

Zwartwoud Beheer BV uit Hoogkerk is fabrikant van sterk innovatieve houten en metalen meubels. Het bedrijf ontving in 1993 de Groninger Ondernemingsprijs en kreeg de ISO 9002 norm toegekend. In 1994 zal Zwartwoud haar nieuwe meubellijn Zettoe lanceren.

Op 21 oktober 1994 zal Zwartwoud 70 jaar bestaan. Ter ere van dit jubileum organiseert het bedrijf een grote open dag. In de hal van het hoofdkantoor zullen een aantal stands worden ingericht waar de deelnemers aan de Designprijs hun werk kunnen exposeren. Tijdens de open dag zullen alle zakelijke relaties van Zwartwoud, waaronder grote multinationals, aanwezig zijn.

Deelnameformulieren en schetsen moeten vóór 19 september 17.00 uur worden ingeleverd bij de Permanente. Tijdens deze voorselectie zullen de beste 15 tot 20 ontwerpers worden geselecteerd. Zij mogen vervolgens hun werk tentoonstellen op de open dag bij Zwartwoud.

Met vriendelijke groeten,

A. Hoornstra  
De Permanente

P.S: *Voor meer informatie kunt u tijdens openingsuren van de Permanente contact opnemen met A. Hoornstra of C. Eernstman via telefoonnummer 146260.*

## Meubelfabriek creëert noordelijke designprijs

GRONINGEN - Bedrijfsmeubelfabrikant Zwartwoud Beheer BV uit Hoogkerk stelt een meubeldesignprijs van 7.500 gulden in voor noordelijke ontwerpers en vormgevers. De organisatie van deze Zwartwoud Designprijs '94 is in handen gegeven van de Groninger Stichting Galerie de Permanente aan de Grote Markt.

Het ligt in de bedoeling de komende vijf jaar deze prijs jaarlijks uit te reiken, vooropgesteld dat een en ander in 1994 bevredigend verloopt. De prijswinnaar wordt op 5 november bekend gemaakt. Vóór 15 september moeten ontwerpers, kunstenaars en vormgevers die mee willen dingen naar de prijs, vier objecten insturen, die ze in de afgelopen twee jaar hebben ontworpen. Daarna worden de inzendingen

tentoongesteld in de fabriekshal van Zwartwoud, zodat het publiek en andere fabrikanten het werk kunnen bekijken.

André Hoornstra van Galerie de Permanente is zeer veruguld met Zwartwouds opdracht. De galerie, die niet alleen kunst verkoopt, maar ook bemiddelt tussen kunstenaars en opdrachtgevers, sleept hiermee de eerste grote opdracht binnen in de drie maanden sinds haar oprichting.

Hoornstra: "Het is niet op voorhand gezegd dat het winnende ontwerp ook in productie genomen wordt. Door deze prijsvraag krijgen de kunstenaars in ieder geval de gelegenheid zich te presenteren aan het bedrijfsleven en fabrikanten worden voorzien van innovatieve en creatieve ideeën. Alleen dat al is pure winst."

nieuwsblad van het  
woorden 11-8-1994.

## Voorwaarden Zwartwoud Designprijs '94

### *Voorselectie:*

- o deelnemers moeten (meubel)ontwerper of vormgever zijn
- o er moeten 4 meubelontwerpen worden ingezonden
- o werken moeten eigen ontwerpen zijn
- o werken moeten in de afgelopen twee jaar gemaakt zijn
- o werken moeten drie-dimensionaal vormgegeven zijn
- o werken moeten ruimtelijk in 1-op-1 uitgevoerd zijn
- o werken moeten technisch goed in elkaar zitten
- o werken moeten vóór 19 september 17.00 uur beschikbaar zijn voor beoordeling

Na de voorselectie zullen nog 15 tot 20 ontwerpers overblijven. Deze ontwerpers mogen hun werken van 21 oktober tot 5 november bij Zwartwoud tentoonstellen.

### *Open dagen:*

- o op 21 oktober wordt een tweede selectieronde gehouden. Een beperkt, door de jury te bepalen, aantal werken gaat door naar de eindronde. Bij deze tweede selectieronde zal ook het oordeel van de bezoekers meetellen.
- o de ontwerpers moeten op de open dag op 21 oktober aanwezig zijn bij hun stand.
- o de genomineerde werken zullen in de showroom van Zwartwoud worden tentoongesteld. Deze showroom is in totaal 3 zaterdagen geopend voor het publiek.

### *Verkiezing winnaar:*

- o in week 44 (eerste week november) zal de uiteindelijke winnaar worden gekozen.
- o de keuze komt tot stand door integratie van het publieksoordeel en het juryoordeel.
- o de jury heeft uiteindelijk de beslissende stem.

### *Uitreiking hoofdprijs:*

- o op 5 november zal de Zwartwoud Designprijs '94 worden uitgereikt aan de winnaar.
- o de uitreiking zal plaatsvinden in de showroom van Zwartwoud
- o de hoofdprijs bestaat uit een geldbedrag van f 7.500,- en een trofee

### *Inrichting open dag:*

- o ontwerpers moeten zelf zorgen voor vervoer van hun werken van en naar de gebouwen van Zwartwoud.
- o de werken zijn verzekerd voor de verkoopwaarde, met een eigen risico van 20% voor de ontwerper.
- o ontwerpers moeten zelf de inrichting van hun stand verzorgen.
- o elke ontwerper heeft ongeveer 5m<sup>2</sup> tot zijn beschikking om in te richten.



## **Bijlage VI**

### **Vragenlijst van het doelgroep onderzoek**

Goedemiddag,

Voor u ligt een vragenlijst voor een onderzoek van Kunsthuis de Permanente. Kunsthuis de Permanente is een instelling die kunst verkoopt aan een breed publiek. Kunsthuis de Permanente organiseert maandelijks wisselende tentoonstellingen en heeft daarnaast een winkel waarin een grote verscheidenheid aan kunst te koop wordt aangeboden. De uitkomsten van het onderzoek zullen slechts door Kunsthuis de Permanente gebruikt worden.

### Vragenlijst

1 Wat is uw leeftijd?

- 0-20 jaar
- 20-30 jaar
- 30-50 jaar
- ouder dan 50 jaar

2 Wat is uw woonplaats?

- stad Groningen, buurt: ..... (zie kaart)
- provincie Groningen, plaats: .....
- provincie Friesland, plaats: .....
- provincie Drenthe, plaats: .....
- rest Nederland, plaats: .....
- anders, nl. ....

3 Hoe vaak bent u in de binnenstad?

- Dagelijks
- 4-6 keer per week
- 1-3 keer per week
- 2 keer per maand
- minder dan 2 keer per maand

4 Waarvoor bezoekt u op dit moment de binnenstad?

- winkelen
- werkomgeving
- horeca bezoek
- anders, nl. ....

5 Wat is uw hoogst genoten onderwijs?

- lagere school
- middelbare school (mavo/havo/vwo)
- lager beroeps onderwijs
- middelbaar beroeps onderwijs
- hoger beroeps onderwijs
- wetenschappelijk onderwijs

6 Waaruit verkrijgt u uw inkomsten?

- studie financiering
- loondienst
- zelfstandig ondernemer
- uitkering sociale dienst
- aow/pensioenfonds
- vrij beroep
- geen vaste inkomsten
- anders, nl. ....

7 Bent u geïnteresseerd in kunst en cultuur?

- ja, ga verder met vraag 8
- nee, einde van dit onderzoek

8 Bezoekt u wel eens een café of restaurant in de binnenstad van Groningen?

- ja, ga verder met vraag 9
- nee, ga verder met vraag 10

9 Welk café of welk restaurant bezoekt u wel eens? (meerdere antwoorden mogelijk)

.....

.....

10 Welke van de onderstaande culturele instellingen bezoekt u wel eens? (meerdere antwoorden mogelijk)

- bioscoop
- theater
- museum
- concert
- galerie
- anders, nl. ....

11 Heeft u wel eens een kunstwerk gekocht of koopt u regelmatig kunst?

- ja, ga verder met vraag 12
- nee, ga verder met vraag 20

12 Waar koopt u kunst?

- in een galerie
- via een kunsthandelaar
- in een atelier
- bij het centrum beeldende kunst
- anders, nl. ....



13 Wat voor soort kunst koopt u? (meerdere antwoorden mogelijk)

- schilderijen/etsen/aquarellen
- meubelvormgeving
- beeldhouwwerken
- keramiek
- verpakkingsvormgeving
- mode
- fotografie
- anders, nl. ....

14 Bent u geïnteresseerd in een kunstwinkel die al deze kunstvormen onder één dak verkoopt?

- ja, ga verder met vraag 15
- nee, ga verder met vraag 19
- geen mening, ga verder met vraag 15

15 Waar zou deze winkel volgens u aan moeten voldoen? (meerdere antwoorden mogelijk)

- groot aanbod van alle verschillende kunstvormen
- grote verscheidenheid in prijs
- regelmatig wisselend assortiment, bij voorkeur iedere ..... weken
- deskundig personeel, wat u over de kunst kan informeren
- anders, nl. ....

16 Zou u in deze winkel kunst willen kopen?

- ja
- nee
- misschien

17 Zou u op de hoogte willen blijven van het aanbod van deze winkel, bijvoorbeeld door het ontvangen van nieuwsbrieven of folders?

- ja
- nee

18 Zou het voor u een bezwaar zijn als deze winkel buiten de normale winkelroute ligt?

- ja
- nee

ga verder met vraag 23

---

19 Waarom bent u niet geïnteresseerd in een dergelijke kunstwinkel?

- tevreden met waar momenteel kunst wordt gekocht
- geen behoefte aan een groot kunst aanbod
- anders, nl. ....

ga verder met vraag 23

---

20 Waarom koopt u geen kunst?

- niet in geïnteresseerd
- te duur
- geen leuke winkels op kunstgebied
- anders, nl. ....

21 Zou u kunst willen kopen als het op dezelfde manier als in een normale winkel zou worden aangeboden? (lage prijzen (vanaf fl. 15,=) en een groot aanbod)

- ja
- nee
- misschien

22 Zou u over het produkt aanbod van zo'n winkel geïnformeerd willen blijven, bijvoorbeeld door nieuwsbrieven of folders?

- ja
- nee

23 Als u in de toekomst op de hoogte wilt blijven over ons kunsthuis kunt u hieronder uw naam en adres invullen, wij zorgen er dan voor dat u regelmatig informatie krijgt toegestuurd:

Naam:

Adres:

Postcode:

Plaats:

Hartelijk bedankt voor uw medewerking, kijk nog even rustig rond en loop in de toekomst nog eens bij ons binnen, u bent van dinsdag tot en met zondag altijd van harte welkom.

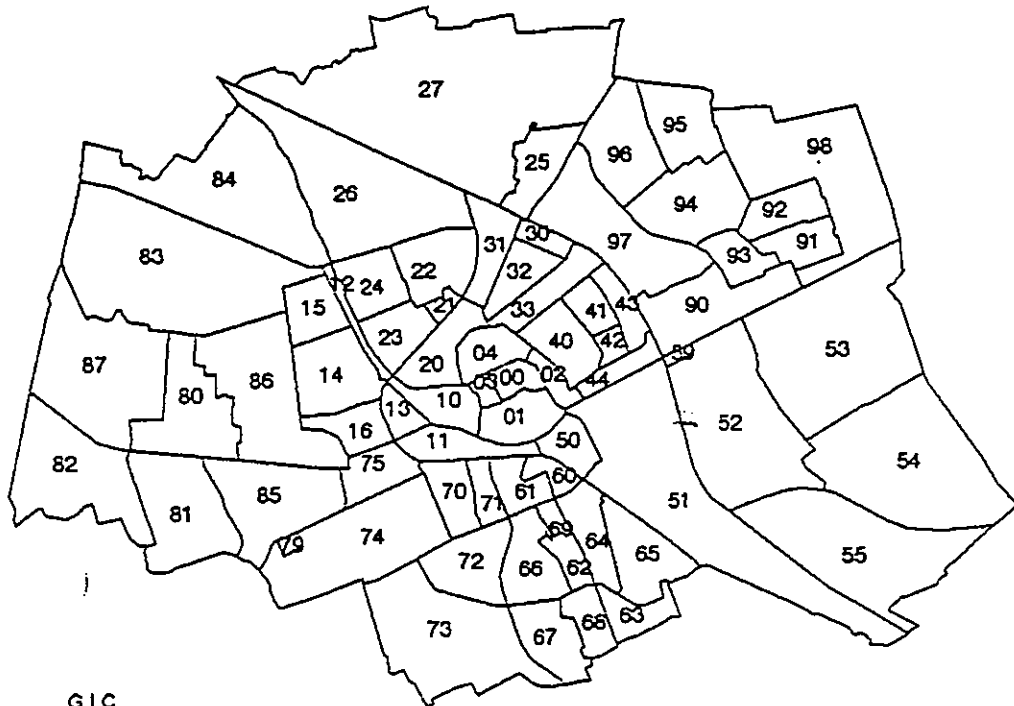
**Kunsthuis de Permanente**

Grote Markt 43 A  
9711 LV Groningen

**Openingstijden:**

Dinsdag - zaterdag: 12.00 - 18.00 uur.  
Zondag: 12.00 - 17.00 uur.

## BUURTEN IN DE GEMEENTE GRONINGEN



G.I.C.  
Gemeente Groningen

### BUURT - INDELING

00 STADSCENTRUM  
01 BINNENSTAD-ZUID  
02 BINNENSTAD-OOST  
03 BINNENSTAD-WEST  
04 BINNENSTAD-NOORD

10 SCHILDERSBUURT  
11 ZEEHELDENBUURT  
12 FRIESESTRAATWEG  
13 KOSTVERLOREN  
14 VINKHUIZEN-ZUID  
15 VINKHUIZEN-NOORD  
16 HOENDIEP

20 ORANJEBUURT  
21 CONCORDIABUURT  
22 SELWERD  
23 PADDEPOEL-ZUID  
24 PADDEPOEL-NOORD  
25 NOORDERHOOGEBRUG  
26 UNIVERSITEITSCOMPLEX  
27 KONINGSLAAGTE

30 WEST-INDISCHEBUURT  
31 DE HOOGTE  
32 OOST-INDISCHEBUURT  
33 KORREWEGBUURT

40 GORECHTBUURT  
41 OOSTERPARKBUURT  
42 BLOEMENBUURT  
43 FLORABUURT  
44 DAMSTERBUURT

50 OOSTERPOORTBUURT  
51 INDUSTRIEBUURT  
52 EUVELGUNNE  
53 MIDDELBERT  
54 ENGELBERT  
55 ROODEHAAN  
59 WOONSCHEPENHAVEN

60 HEREWEGBUURT  
61 RIVERENBUURT  
62 HELPMAN-WEST  
63 VILLABUURT-OOST  
64 HELPMAN-OOST  
65 COENDERSBORG  
66 DE WJERT-NOORD  
67 DE WJERT-ZUID  
68 VILLABUURT-WEST  
69 WOONWAGENKAMP  
"HELPMAN"

70 LAANHUIZEN  
71 GRUNOBUURT  
72 CORPUS DEN HOORN-NOORD  
73 CORPUS DEN HOORN-ZUID  
74 STADSPARK  
75 PEIZERWEG  
79 WOONWAGENKAMP 'DE KRING'

80 HOOGKERK-DORP  
81 HOOGKERK-ZUID  
82 VIERVERLATEN  
83 LEEGKERK  
84 DORKWERD  
85 BANGEWEEER  
86 DE HELD  
87 ZUIDWENDING

90 OOSTERHOOGEBRUG  
91 LEWENBORG-ZUID  
92 LEWENBORG-NOORD  
93 LEWENBORG-WEST  
94 BOVENSTREEK  
95 BELJUM-OOST  
96 BELJUM-WEST  
97 ULGERSMABUURT  
98 RUISCHERBRUG



# Curriculum Vitae Johan Meijering

- Geboortedatum: 19 maart 1947
- Geboorteplaats: Kampen
- Burgerlijke staat: Ongehuwd (gehuwd geweest)
- Woonplaats: Groningen
- Kinderen: Margarethe, William, Alexander
- Kleinkind: Christiaan-Carlos



Gewoond in de volgende plaatsen:

Kampen, Zwolle, Rotterdam, Lochem, Vroomshoop (O), Den Ham (O), Hengelo, Leeuwarden (vanaf 1962), Groningen (vanaf 1990).

Studeerde na afstuderen aan de Sociale Academie Twente te Hengelo- sociale wetenschappen aan de Rijksuniversiteit van Groningen. In 1980 afgestudeerd, specialisatie organisatieontwikkeling. Begon zijn (ambtelijke) carrière als (hoofd) agent van gemeentepolitie. Werkte nadien als maatschappelijk werker en sociale wetenschapper voor verschillende gemeentelijke overheden. Gaf als de coördinator van het InSa-project - opdrachtgever provincie Friesland - leiding aan een onderzoeksteam.

Rode draad in zijn leven: organiseren, (ver)bouwen en wonen, kunst, dans en theater.

Nam van jongs af aan vele initiatieven op cultureel gebied en op het terrein van woon- en leefmilieu.

Gaf vanaf 2003 met zijn (dans)partner Carla Durville dans- en theater- voorstellingen (benefiet) en workshops in binnen- en buitenland, regelmatig in samenwerking met de door hem opgerichte groep Nostalgia (muziek, zang en dans).

### **Samenvatting belangrijkste activiteiten op cultureel gebied en op het terrein van woon- en leefmilieu.**

- 1964 Oprichter en voorzitter (1964 t/m 1967) dans- en instuifvereniging K 64 (Kuifje '64) in Leeuwarden.
- 27-04-1966 Initiatiefnemer, organisator en presentator benefiet song- en muziekfestival in Leeuwarden.
- 1971 Bestuurslid (1971 en 1972) van de Vereniging voor Handenarbeid, afdeling Friesland/ Leeuwarden.
- 1972 Mede-initiatiefnemer en -oprichter, bestuurslid (1972 en 1973) van de IPA (International Police Association), afdeling Friesland.
- 1986 Initiatiefnemer en oprichter van de O.S.A. (Onafhankelijke Secretarie Ambtenaren) van de gemeentesecretarie van de gemeente Leeuwarden.
- 1990 Initiatiefnemer om het woon- en leefmilieu in Groningen (Hoogkerk) te verbeteren. Actievoerder om gezichtsbepalende (beeldende) kunstwerken in openbare ruimten te realiseren. Tevens initiatiefnemer om de geluidswal langs de A-7 in Groningen (Hoogkerk) te verlengen.
- 1991 Initiatiefnemer en mede-eigenaar van 'Kijkbungalow Minerva' (1991 t/m 1994) te Groningen (Hoogkerk), een gratis onafhankelijk advies-, informatie- en ideeën centrum, tevens expositieruimte. Organisator 37 tentoonstellingen. Bezoekers in vier jaar: ruim 13.000 uit binnen- en buitenland.
- 1993 Initiatiefnemer en medeorganisator kunstmanifestatie in Groningen (Hoogkerk) ter gelegenheid van de viering van het 75-jarig bestaan van de kunstkring de 'Groninger Ploeg'. Eendagstentoonstelling met 75 Ploegschilderijen in 30 woonhuizen in de Jan van der Zeestraat. Bezoekers: ca. 2000.
- 1993 Mede-initiatiefnemer en organisator van de kunstwinkel van beeldende kunstenaars aan de Grote Markt no. 43 te Groningen.
- 27-04-1994 Oprichter en voorzitter (1994 en 1995) van de stichting (kunsthuis) 'De Permanente' te Groningen.
- 1998 t/m 2001 Organisator tientallen tentoonstellingen in onder meer verpleeghuis Innersdijk te Groningen en het Streekmuseum 'De Oude Wôlden' te Bellingwolde.

- 1999 Initiatiefnemer en medeoprichter van de stichting 'La Pasión' centrum voor Argentijnse Tango en multiculturele activiteiten te Groningen (bestuurslid van 1999 t/m 2001).  
N.B. De gevel van La Pasión werd in 2001 genomineerd voor de verkiezing van het mooiste bouwwerk van de gemeente Groningen en werd winnaar van de publieksprijs.
- 1999 Initiatiefnemer en medeoprichter van de stichting 'Do' uitwisseling van Japanse kunst en cultuur en voorts al hetgeen met één en ander direct of indirect verband houdt of daartoe bevorderlijk kan zijn.
- 2000 Initiatiefnemer en oprichter van 'Los Lunaticos', een klein (theater) gezelschap: twee Argentijnse Tango dansers en een gitarist).
- 07-11-2001 Initiatiefnemer, coördinator en deelnemer dansoptreden Argentijnse Tango met zes dansparen prins Willem-Alexander en prinses Máxima bij hun bezoek aan Groningen.
- 2001 Initiatiefnemer en mede-sponsor (50%) van de stad-safari in Groningen, een culturele manifestatie met Willem de Ridder.
- 2004 Initiatiefnemer en oprichter muziek- en dansgezelschap Nostalgia (4 personen: twee dansers Argentijnse Tango, violist en sopraan). Optreden in onder meer Egypte (uitzending Egyptische TV - Channel 5).
- 2004 t/m 2006 Stelde zijn geheel verbouwde woonhuis 'La Nueva Pasión' (nieuwe passie) incidenteel (gratis) beschikbaar voor kleinschalige culturele activiteiten.  
Het pand werd ingewijd door kleinzoon Christiaan-Carlos.  
In de hal van het pand is een gedenksteen ingemetseld met de tekst:  
*La Nueva Pasión*  
*inagurado por*  
*Christiaan-Carlos Meijering*  
*14 Mayo 2004*
- 20 t/m 27  
08-2006 Het Groningse dansgezelschap Galili Dance gaf van 20 t/m 27 augustus 2006 tijdens het jaarlijkse festival Noorderzon een aantal solodansvoorstellingen in 'La Nueva Pasión'. Dat gebeurde in het kader van het project Your Place/My Place, waarbij vijf woonhuizen in de stad dienden als decor voor vijf verschillende solovoortellingen door vijf verschillende Galili dansers, gemaakt door vijf internationale gastchoreografen.
- 04-10-2006 Initiatiefnemer om het vervalsen van kunst en de handel in valse kunst, in het bijzonder van de kunstkring de 'Groninger Ploeg' aan banden te leggen.  
De initiatiefgroep 'Ploegaffaire' onderzoekt diverse mogelijkheden op dit terrein.  
Publiceerde 'Mijn pleidooi inzake de Altink-affaire'.



## DE PERMANENTE

- 2007    Uitbreiding muziek- en dansgezelschap Nostalgia (7 personen: tenor, sopraan, concertpianiste, twee violisten, popartiest, twee dansers Argentijnse Tango).
- 2007    Mede-initiatiefnemer Stichtingen Oprechte Kunsten Stichting Echt/Vals i.o.
- 02-01-2007    Oproep en voorstellen aan het bestuur van de provincie Groningen:  
In het kader van te nemen milieumaatregelen:
- het invoeren van een eenmalige vuurwerkvrije jaarwisseling
  - het structureel invoeren van autoloze zondagen
- 18-01-2007    Voordracht op het symposium 'Echt/Vals', Waterkantzaal PTA in Amsterdam.  
Overige sprekers: Geert Jan Jansen, Jan Pieter Glerum, Roland Janssen, Aad du Croix Timmermans.
- 13-06-2007    Publicatie 'Woensdag de Dertiende' Een persoonlijke reactie tegen onrecht, list en bedrog, machtsmisbruik, intimidatie en bureaucratie! Overhandiging 1e exemplaar aan de voorzitter adviescommissie 'Omgeving en Milieu' provincie Groningen.
- 05-07-2007    Publicatie 'Nachtmerrie van een kunstliefhebber'  
Altink-affaire I en II in 'vogelvlucht'  
Overhandiging 1e exemplaar aan Hans Alders, Commissaris van de Koningin van de provincie Groningen.
- 16-07 t/m  
08-08-2007    Initiatiefnemer/leider China zomer-tournee dans- en muziek-  
gezelschap Nostalgia.  
Diverse optredens in staatstheaters in Lanzhou, hoofdstad provincie Gansu in Centraal China. Uitzending voor Chinese TV.
- 23-11-2007    Publicatie 'Nostalgia China-tournee Zomer 2007'. Overhandiging 1e exemplaar aan Max van de Berg, Commissaris van de Koningin in de provincie Groningen.
- 06-08-2008    Initiatiefnemer, medeoprichter en secretaris stichting 'Staakt Het Vuren'  
Doel: Een bijdrage leveren aan het vervangen van het afsteken van consumen-  
tenuurwerk door milieuvriendelijk, veilig, professioneel vuurwerk en lasershows.
- 08-12-2008    Nieuwspoort in Den Haag.  
Publicatie boeken:
- 'Vuurwerk. Dagboek van een ruststoker.'  
ISBN: 978 90 8954 0690
  - 'Vuurwerk. Feiten liegen niet.'  
ISBN: 978 90 8954 0775

- 11-08-2009 Initiatiefnemer en interviews documentaire 'Arie Zuidersma. Als je schildert vergeet je alles'.  
Documentaire ter gelegenheid van de viering van zijn 87e verjaardag op 6 januari.  
Eerste opname en interview gestart op 11 augustus 2009.
- 27-10-2011 Initiatiefnemer en met Carla Durville en samensteller boek 'Dromen en geheimen. De andere wereld van Arie Zuidersma'  
  - 'Dromen en geheimen. De andere wereld van Arie Zuidersma'  
ISBN: 978 90 8954 3349 (hard cover)
  - ISBN: 978 90 8954 3370 (soft cover)
 Presentatie in de raadszaal in Vries (Dr) van de gemeente Tynaarlo.
- 13-11-2011 Opening expositie (12 november 2011 t/m 8 januari 2012) van het werk van het langst levende lid van de oude garde van de Groninger Ploeg (ca. 10 jaar voorzitter), Arie Zuidersma (1925)  
en Aukje Niemeijer in galerie Ruigewaert in Niezijl (Gr.).
- 13-11-2011 Première van de documentaire 'Arie Zuidersma. Als je schildert vergeet je alles' ter gelegenheid van de viering van zijn 87e verjaardag op 6 januari 2012.  
Eerste opnamen en interviews gestart op dinsdag 11 augustus 2009. Interviews Johan Meijering.
- 07-09-2015 Alternatief plan 'Nieuw Groninger Forum' ingediend bij het College van burgemeester en wethouders van de gemeente Groningen voor de locatie van het Groninger Forum;  
Voorstel om een raadgevend referendum te organiseren.
- 18, 19-09-2015 Bedenker en initiatiefnemer van het eerste 'Tango Festival La Pasi3n Groningen. Op 18, 19 en 20 september 2015.  
Een jaarlijks terugkerend festival in het derde weekend van de maand september.
- 19-09-2015 Initiatiefnemer en organisator 'Reünie La Pasi3n' in de 'Vrijdag Concertzaal' in Groningen  
Presentatie boeken:
  - 'La Pasi3n. Salon de Tango y Cultura. Een bron van inspiratie'  
ISBN: 978 90 8954 7927
  - 'Argentijnse tango. Van Groningen tot Maastricht'.  
ISBN: 978 90 8954 7927
 Filmische terugblik: 'La Pasi3n. Salon de Tango y Cultura'.
- 09-2016 Overhandiging eerste exemplaar boek 'Groninger Forum. Een bodemloze put' aan F.J. Paas, Commissaris van de Koning in de provincie Groningen.
  - 'Groninger Forum. Een bodemloze put'  
ISBN: 978 90 8954 8863

## DE PERMANENTE

17-09-2016    Initiatiefnemer en organisator 'Reünie Kijkbungalow Minerva' in de 'Vrijdag Concertzaal' in Groningen.

Presentatie boek:

- 'Kijkbungalow Minerva'

ISBN: 978 90 8954 8870

Filmische terugblik: 'Kijkbungalow Minerva'



## Verschenen boeken

Vuurwerk <i>Dagboek van een ruststoker</i> Johan Meijering	2008	ISBN: 978 90 8954 0690
Explosief vuurwerk <i>Feiten liegen niet</i> Johan Meijering	2008	ISBN: 978 90 8954 0775
Dromen en geheimen <i>De andere wereld van Arie Zuidersma</i> Samenstelling Johan Meijering en Carla Durville	2011	ISBN: 978 90 8954 3349
La Pasión <i>Salon de Tango y Cultura</i> Johan Meijering	2015	ISBN: 978 90 8954 7927
Argentijnse Tango <i>Van Groningen tot Maastricht</i> Johan Meijering	2015	ISBN: 978 90 8954 7903
Groninger Forum <i>Een bodemloze put</i> Johan Meijering	2016	ISBN: 978 90 8954 8663
Kijkbungalow Minerva <i>Een inspirerende kijk op wonen en kunst</i> Johan Meijering	2016	ISBN: 978 90 8954 8870
Consumentenvuurwerk <i>Van volksvermaak tot overheidsverbod</i>	2020	ISBN: 978 94 6365 3015
Uitgesproken (bundel) Johan Meijering	2021	ISBN: 978 94 6365 408 1
<b>In bewerking</b>		
Grenzeloze passie - Autobiografie	2022	
Kuifje '64	2023	
Argentijnse tango. Van Groningen tot China	2024	

