

Stad in Bedrijf, vrijdag 23 mei 2003

Op zoek naar een exclusief relatiegeschenk?

Een agenda vol mooie plaatjes

WAGENINGEN – Wie regelmatig bij zakelijke relaties over de vloer komt, weet het: bij steeds meer bedrijven hangt kunst aan de muren. Om een imago op te bouwen of gewoon om het verblijf van medewerkers en gasten in het bedrijfspannd te veraangename. Voor bedrijven die zich ook in hun relatiegeschenk willen onderscheiden, is er de Kunstagenda. De voorbereidingen voor de editie 2004 zijn inmiddels in volle gang.



Grafisch vormgever Jelle de Gruyter, kunstbemiddelaar Marlou Kursten en kunstenaar André Schoots buigen zich over een grote stapel foto's van uiteenlopende kunstwerken. Het valt niet mee om een selectie te maken uit het werk van de vele kunstenaars die zij kennen via hun eigen netwerk of die zich spontaan hebben aangemeld. De Kunstagenda, die sinds 1998 ieder jaar verschijnt, wordt dan ook steeds bekender. Ondanks het 'Wageningse' imago bevat de mooi vormgegeven agenda werk van kunstenaars uit het hele land. Voorwaarde is dat die professioneel bezig zijn en continuïteit in hun werk hebben laten zien. De Gruyter: 'We kijken ook of een kunstenaar een eigen stijl, idioom, heeft ontwikkeld. Maar 't moet ook weer niet teveel van hetzelfde zijn.' Marlou Kursten, die een bureau voor kunstbemiddeling in Heelsum runt: 'We letten er op dat heftig werk afgewisseld wordt met rustiger werk en dat er variatie in stijlen is. Het gaat eigenlijk om de balans in het geheel.'

Zakelijk succes

Marlou Kursten en kunstenaar Twan de Vos namen in 1997 het initiatief tot de Kunstagenda vanuit de filosofie dat kunst niet alleen bedoeld is statische presentatie in musea, maar ook om te 'gebruiken' in het dagelijks leven. Bovendien is het voor kunstenaars zelf – Corneille en Herman Brood c.s. daargelaten, die verkopen toch wel - interessant om in de Kunstagenda te staan. Marlou Kursten: 'Het komt regelmatig voor dat gebruikers van de agenda werken kopen die ze in de agenda gezien hebben. Veel van de kunstwerken die we erin opnemen zijn redelijk betaalbaar. Dat maakt het extra leuk om deze agenda te maken.'

Enthousiasme en affiniteit met kunst vonden de beide initiatiefnemers ook bij grafisch vormgever Jelle de Gruyter en kunstenaar André Schoots. Vanaf 1998 zorgen zij er gezamenlijk voor dat de Kunstagenda er ieder jaar weer komt. De Gruyter, vennoot bij het Grafisch Atelier Wageningen, tekent voor de vormgeving en Schoots, Vos en Kursten zorgen voor een steeds weer nieuwe aanwas van kunstenaars. Ook de zakelijke kant, mailings en verkoop houdt het viertal in eigen hand. Om de agenda ieder jaar weer financieel rond te krijgen, moeten ze de 'eindjes aan elkaar knopen'. De drukkosten zijn hoog en ook de fotografie van de kunstwerken moet van goede

kwaliteit zijn. Kursten: 'We zijn niet gesubsidieerd en dat zouden we eigenlijk ook niet willen. We willen liever geld binnen krijgen door de agenda te verkopen. Zo nam de gemeente Wageningen er vorig jaar een groot aantal af.' Waarop Schoots aanvult: 'Het hoeft geen groot zakelijk succes te zijn, maar het is wel leuk als we er iets mee verdienen.'

Over alles valt te praten

Om die reden bieden de makers van de agenda bedrijven de mogelijkheid om de Kunstagenda als relatiegeschenk te versturen - meestal als eindejaarsgeschenk, omdat je in juni niet meer met een agenda hoeft aan te komen. De Gruyter: 'Voor bedrijven zijn er allerlei mogelijkheden om de Kunstagenda als visitekaartje in te zetten.' Als voorbeeld laat hij een Kunstagenda zien met omslag van Van Lotringen advocaten uit Ede. In de agenda zit tevens een pagina met informatie over het advocatenkantoor en zelfs een pagina met daarop foto's van kunstwerken die advocaat Van Lotringen zelf maakte. De Gruyter: 'Omdat de Kunstagenda een ringband heeft, kan er gemakkelijk informatie worden toegevoegd en een andere omslag worden gebruikt. Maar het kan ook eenvoudiger, bijvoorbeeld door alleen een logo van een bedrijf op de voorkant af te drukken. Overal valt over te praten.'

Het Grafisch Atelier Wageningen zelf gebruikt de agenda al jaren als eindejaarsgeschenk voor relaties, net als drukkerij Modern uit Bennekom. Ook Boekhandel Kniphorst, waar de agenda jaarlijks gepresenteerd wordt, behoort tot de trouwe afnemers. Schoots: 'Het zegt iets over je als bedrijf als je deze agenda als relatiegeschenk gebruikt. Dat je oog hebt voor cultuur, maar ook voor kwaliteit. Je onderscheidt je er echt mee.' De Gruyter: 'De Kunstagenda is als cadeau een stuk origineler dan een digitaal klokje of een miniradio. Je legt er de nadruk mee op andere waarden, zoals vrolijkheid, schoonheid, beleving, gevoel. Het is een uniek geschenk én bovendien exclusief.'

Bedrijven die interesse hebben in de Kunstagenda kunnen voor meer informatie terecht op www.kunstagenda.com.