

## ***Kunstfabriek voor boven de bank***

### **Kunst zonder poeha**

In de winkel van De Kunstfabriek in Amsterdam ruikt het naar olie, smeerolie wel te verstaan. "Die lucht gaat er vast nooit meer uit", zegt directeur Jan Peter van Doorn met een glimlach. Hij wijst naar de donkere olieplekken in de betonnen vloer van de kolossale, oude fabriekshal. "We staan hier in een loods waar Stork vroeger motoren bouwde. Het is ook de plaats waar ooit, aan het begin van de zeventiende eeuw de Vereenigde Oost-Indische Compagnie (VOC) begon." Hij geniet zichtbaar van de historie die is verbonden met de grond waarop het 'cultuurbedrijf' staat.

De garagegeur is bedrieglijk. Wie over de drempel is gestapt, staat in een ietwat groteske verkoopruimte tussen een honderd schilderijen die aan grote witte panelen hangen te wachten op kopers. Originele 'olieverfjes' die door de betaalbare prijzen – variërend van 20.000 tot 100.000 frank - als zoete broodjes over de toonbank gaan. De Kunstfabriek is namelijk precies wat de naam zegt: een onderneming die op uitgebreide schaal kunstwerken produceert. "Wij richten ons op de gewone kunstconsument die iets zoekt voor boven de bank. Een paar duizend gulden is een mooie prijs voor in de huiskamer", aldus de 50-jarige Van Doorn.

Samen met zijn compagnon Bert-Jan van Egteren is hij het brein achter het unieke concept van De Kunstfabriek. Simpelweg komt het erop neer dat het ontwerpen en het opzetten van de verf gescheiden plaatsvindt. De twee mannen kwamen drie jaar geleden op het idee tijdens het sabbatjaar van Van Doorn. De reclameman wilde eens even uitblazen van jarenlange intensieve arbeid. Hij verheugde zich erop eindelijk ongelimiteerd zijn lusten te kunnen gaan botvieren achter de schildersezel.

Jan Peter van Doorn had al tien jaar schilderles en kreeg nu dan alle tijd van de wereld om zijn kunsten te vertonen. Het liep echter anders. Tijd genoeg, maar geen zin. "Ik raakte geen penseel aan. Ik schilder wel aardig maar voor mijn gevoel niet goed genoeg. Ik bedacht dat ik eigenlijk iemand nodig had die mijn ideeën zou schilderen. Maar ja, in Nederland maken de goede kunstschilders hun eigen werk en als ik de slechten moet vragen dan kan ik het beter zelf doen. Mijn buurman offerde toen de schilderijen hier te ontwerpen en schilders in Rusland of China de werken te laten uitvoeren."

Dat bleek een gouden gedachte. Rusland niet, omdat dat een moeilijk land is. Het werd China. Daar leren de kunstschilders op de academies nog ambachtelijk precies kopiëren, zoals de Chinese meesters dat al deden in de keizerlijke tijd. De twee compagnons bewerkten met de computer veertig foto's tot ontwerpen. Ze togen er mee naar Peking waar de Nederlandse kunsthandelaar Hans van Dijk hen op het spoor zette van kunstenaars. Van Doorn: "Het resultaat was buitengewoon goed. Na een maand hebben we een verkooptentoonstelling gehouden in Haarlem. In drie dagen tijd waren alle doeken verkocht."

#### **Hobby**

De uitkomst van het 'marktonderzoek' zette het sein op groen voor wat nu 'een uit de hand gelopen hobby' heet. Er werd een pand gehuurd en een naam bedacht. De Kunstfabriek ging van start. In de toch wel erg grote loods hangt een gezellig informeel sfeertje. De aparte, rustgevende lichtval door de ramen hoogweg in het plafond draagt ertoe bij dat bezoekers op hun gemak door de lange gangen slenteren.

De oprichters maken zelf ontwerpen en schakelen daarnaast freelancers in. De realistische voorstellingen op de kunstwerken variëren van stillevens met bloemen tot

interieurs van paleizen en van groentes tot naakten. Voor elk wat wils in een stijl die Van Doorn omschrijft als 'zeventiende-eeuws in een modern jasje'. De oude Hollandse meesters zouden hier ongetwijfeld met een goedkeurende knik langs de fraaie schilderstukken schrijden.

"Wit bord met Japanse snacks", "Blond op blauw bont" en "Rode vis op marmer blad", zijn enkele titels die te koop zijn. Kunst hoeft hier niet met een uitgestreken gezicht bekeken te worden. Een beetje humor mag ook. "Vier citroenen op een rij", staat bij een schilderij van drie hele en twee halve citroenen.

"Het plaatje moet prettig zijn om naar te kijken. Je zult hier niets vinden waarop de moeilijke jeugd van de kunstenaar uitgebeeld is. Wij willen dat mensen zeggen: 'wat een vriendelijk plaatje en wat fantastisch geschilderd'. De trefwoorden zijn: mooi, gezellig, leuk", benadrukt Van Doorn.

De Kunstfabriek spaart kosten noch moeite voor het maken van de foto's die tot de ontwerpen moeten leiden. De ruikers die uiteindelijk in olieverf op het doek staan te pronken, hebben allemaal echt bestaan in de studio achter de winkel. Daarvoor koopt Van Doorn op de bloemenveiling in Aalsmeer een massa bloemen en nodigt vrouwen uit die aan bloemschikken doen. Zij stellen een hele dag lang mooie boeketten samen die worden gefotografeerd en in de computer gezet. Andere stillelevens komen op een gelijkaardige wijze tot stand.

Tegen de vijftig Chinese en sinds kort ook Vietnamese kunstschilders brengen de ontwerpen tot in detail in olieverf op een doek over. Ze ontvangen voor elk schilderij een bedrag dat varieert van 11.000 en 15.000 frank naar gelang het formaat (gemiddeld 120x180 cm) en de complexiteit van de afbeelding. Daarmee voorziet de Nederlander hen van een soort basisinkomen en kunnen ze de tijd die overblijft in eigen werk steken.

### **Origineel**

De vraag of De Kunstfabriek echte kunst levert, houdt Van Doorn niet zozeer bezig. "Voorzover dit kunst is, is het kunst zonder poeha. De gemiddelde klant is de ingelijste poster en de reproductie van oude meesters voorbij. Een Kunstfabriek is in ieder geval origineel. Van elk plaatje is er maar één. Niemand hoeft bang te zijn dat bij de buurman hetzelfde werk aan de muur hangt. Misschien is een Kunstfabriek aan de muur een stap naar echte kunst aan de muur."

Kunst op zich boeit hem eigenlijk niet eens zo zeer, zegt hij van zichzelf. Thuis hangen twee Kunstfabrieken en enkele doeken van eigentijdse Chinese kunstenaars. "Ik heb geen uitgesproken voorkeur. Ik ben wel gek van Picasso. Van hem zal ik nooit iets aan de muur hebben, maar ik kan van zijn werk ongelofelijk genieten. Ik behoor niet tot de kunstkenner. Ik zie mezelf meer als vormgever. Conceptuele kunst en nieuwe media die fascineren me wel. Mijn compagnon daarentegen is een echte kunstfreak."

Het lijkt er sterk op dat in dit productiebedrijf de 'merken'-expert uit het reclamevak regeert. Het gaat Van Doorn kennelijk vooral om de lol vanuit het niets De Kunstfabriek tot een bekende merknaam te maken. Daarbij maakt hij gebruik van de kennis en de vaardigheden uit zijn oude stiel. Zo heeft elk schilderij rechtsonder in de hoek een logo van De Kunstfabriek in een bijpassende kleur. "Het is toch fantastisch: je bedenkt iets, mensen vinden het leuk en kopen het ook nog. Ik vind dat heel fascinerend. Het is echt een hobby, maar ik wil er financieel wel uitspringen."

Vanuit die beroepshouding kan Van Doorn ook hartelijke lachen om de reacties uit kunstkringen. "De kunstenaars vinden het wel leuk, want wij doen dingen waar zij zich toch niet aan wagen. De galeriehouders zijn minder blij. Ze zien ons als concurrent en dat is natuurlijk onzin. Wij richten ons op een heel ander deel van de markt. Voor meubels heb je design en je hebt Ikea. Dat kan prima naast elkaar. Wij zijn de Ikea van

de kunst. Wij willen in huiskamers hangen en echte kunst wil het museum in. Dat is toch een groot verschil?"

Enkele honderden 'Kunstfabriekjes' zijn sinds de start anderhalf jaar geleden verkocht. Over het geheim van het succes doet Van Doorn schouderophalend. "Als ondernemer moet je doen waar je goed in bent en wat je leuk vindt. Ook moet je weten wat de wensen zijn van de potentiële klanten. Wij hebben direct contact met de bezoekers en vragen vaak of ze willen aangeven welk schilderij op voorraad ze het mooist vinden en naar wat voor kunstwerk ze zelf op zoek zijn. Wij zitten dus vrij dicht op de markt en kunnen onze ontwerpen snel aanpassen aan de belangstelling."

Ondertussen blijven de initiatiefnemers nieuwe dingen bedenken om het bedrijf te laten groeien. Afgelopen oktober boekte De Kunstfabriek succes door werk van de Nederlandse topfotograaf Paul Huf in olieverf te koop aan te bieden. Voor de helft van de twintig kolossale schilderijen die van foto's van Huf zijn vervaardigd, hebben zich – ondanks de hogere prijzen van rond de 150.000 frank – vrij snel kopers gemeld.

Van Doorn: "Het was een nieuw idee. Paul Huf was absoluut onder de indruk van het resultaat. Het experiment is ons zo goed bevallen, dat we hebben besloten elk jaar een bekende fotograaf te vragen materiaal te leveren. Voor volgend jaar onderhandelen we met Erwin Olaf. Het grote voordeel voor ons is dat zo'n fotograaf zijn eigen netwerk heeft waardoor De Kunstfabriek in grotere kring bekend wordt."

### **Vakantiekiekjes**

Ook aan het andere einde van de kwaliteitsboog in de fotografie, de vakantiekiekjes, is een nieuw initiatief in de grondverf gezet. Sinds kort kan iedereen met een foto binnen wandelen en van de afbeelding een olieverfschilderij bestellen. Van Doorn en Van Egteren hebben het zo lang mogelijk tegen gehouden omdat ze zelf de ontwerpen wilden maken en een bepaald artistiek kwaliteitsniveau wilden nastreven voor hun 'Kunstfabrieken'. Ze zijn min of meer door de knieën gegaan onder druk van de bezoekers.

"Een op de vijf komt met foto's van de kleinkinderen of hun huis of de boot of een huisdier. Noem maar op. In eerste instantie hebben we gezegd: 'daar beginnen we niet aan'. Maar nu het concept op poten staat en gezien de belangstelling bij het publiek, hebben we besloten een tweede merk in de markt te zetten: 'Portretenzo'. Dit opereert vanuit De Kunstfabriek. De logistiek is hetzelfde, maar de ontwerpen komen van de consument zelf. De bedragen die we vragen, liggen ongeveer in dezelfde orde van grootte. De ontwerpkosten zijn minder, maar wij begeleiden de klant bij het uitzoeken van het mooiste kiekje."

Ook als het bedrijf blijft floreren, krijgt Nederland er geen tweede winkel bij. De cultuurondernemers willen met hun idee naar het buitenland. "Mijn jongensdroom", mijmert Van Doorn, "is een winkel in New York". Dat zou ineens wel eens een te grote sprong voorwaarts kunnen zijn in het onbestemde, en dus vervolgt hij realistisch: "Wij mikken op Antwerpen voor een volgende winkel. Dat is dichtbij en goed te overzien. Het hangt ervan af of we een geschikte partner kunnen vinden. Kunnen we later altijd nog de oceaan oversteken."

*Kunstfabriek, Czaar Peterstraat 213, Amsterdam. Tel.: 31.20.520 38 85.  
Open di t/m vr 12-18 u. en za/zo 12-17 u. [www.dekunstfabriek.com](http://www.dekunstfabriek.com)*