

HAG:

# CREATIEF FAMILIEBEDRIJF

TEKST MARIE-JOSÉ DEKKERS | FOTO'S ERIK DE BROUWER

*In de loop der tijd is Holland Art Group (HAG) van een prentengalerie uitgegroeid tot een creatief familiebedrijf met de focus op kunst, waarin inmiddels de tweede generatie actief is.*





# HAG

telt nu vier Stroekens: vader Frank – een van de grondleggers van het bedrijf – is nog steeds actief betrok-

ken, terwijl zoons Tijmen (38, zo'n vijftien jaar in het bedrijf), Ties (33, zo'n tien jaar) en Just (29, ruim vijf jaar) er ook alle drie werken.

## Creatief

HAG beweegt met de tijd mee, aldus Tijmen: „Kunst was altijd onze core business. Maar dat blijft een luxeproduct. Om creatief om te gaan met bijvoorbeeld de crisis, hebben we natuurlijk wel verder gekeken. We zijn omgebogen naar een allround creatief bureau. Wat we doen is zo breed dat ik ben opgehouden er één etiketje op te plakken. We bedenken concepten en campagnes, maken huisstijlen en communicatiemiddelen; allemaal creatieve manieren om producten en bedrijven in de markt te zetten, maar wel kunstgerelateerd. We hebben bijvoorbeeld in samenwerking met het Kröller-Müller Museum voor een leasemaatschappij in de mobiliteit het evenement Art Cars neergezet. We hebben hiervoor kunst-auto's uit de hele wereld van grote namen uit de kunst bij elkaar gebracht.”

Van oudsher is en blijft kunst de rode draad en zijn er veel – innige – contacten met kunstenaars. Dat geldt met name voor Just's werk als art advisor: „Ik adviseer bij en regel aankopen, ben regelmatig in Londen en werk bij veilinghuizen. Onder meer door mijn opleiding Art & Business bij Sotheby's Institute of Art ben ik hierin gespecialiseerd. Ik wil graag nog meer binnen- en buitenlandse ervaring opdoen en ooit nog een galerie onder onze naam neerzetten.”

Tijmen: „Zo zie je; allemaal verschillende takken die we leuk vinden om te doen en te kunnen bedienen. Een unique selling point voor ons is dat we in totaal met z'n tieren zijn, en – naast andere kwaliteiten – allemaal creatief denken, elkaar hierin versterken en aanvullen. Frank's 'erfenis' is dat we persoonlijke contacten onderhouden met kunstenaars en designers die allemaal mega-creatief zijn.



FRANK, TEUN EN  
TIJMEN STROEKEN

Krijgen we een verzoek om iets in de markt te zetten, dan vragen we niet om een schilderij maar om hun creativiteit. We stippelen de weg uit, geven deze kunstenaars en designers de juiste input en ontwikkelen zo samen branding concepten.”

## Frisse blik

Het is niet verwonderlijk dat die weg werd ingeslagen met de komst en frisse blik van kartrekker Tijmen: „Ik kom uit het onderwijs, heb geschiedenis gestudeerd. Toen ik bij HAG een collega verving, waren ze net bezig met het organiseren van een incentive trip naar Istanbul voor een klant van ons. Kunst was een belangrijk onderwerp daarin.

Was ik ineens bezig met het opzetten van een kunstgerelateerd programma voor deze trip. Die klant vroeg toen of we ook niet hun huisstijl konden verzorgen. En zo ging het balletje rollen, ook voor mij.” Tijmen en zijn broers stapten in toen vader Frank's compagnons hun interesses en doelen verlegden en uitstapten. Tijmen: „Feitelijk een nieuwe start, maar wel doorgaan met behoud van het team en de visie. We wilden graag naar een creatievere en meer inspirerende omgeving.” Daarom is de galerie- en kantoorruimte aan de Eindhovense Hastelweg ingeruild voor hun huidige werkruimte aan de Fuutlaan in Eindhoven. HAG is nu gehuisvest in het grote pand van fieldmarketingbureau Opvallers, op het voormalige Van Gend

& Loos-terrein pal aan het spoor, vlakbij NS-station Eindhoven Centraal. Dit terrein is ontwikkeld tot een creatief en divers bedrijfsterrein. Tijmen: „Perfecte setting. We hebben ruimte om onze kunst te etaleren en rouleren, kunnen gebruik maken van vergaderfaciliteiten, en zijn omgeven door eveneens creatieve samenwerkingspartners.”

Intussen is vader Frank aangeschoven om het ontstaan van HAG nader toe te lichten: „Zo'n veertig jaar geleden ben ik met toenmalige compagnons begonnen met een prentenkabinet op de Piazza in Eindhoven. We organiseerden tentoonstellingen over cartografie en verkochten oude kaarten. Tijmen zat er in de box.

**WE HEBBEN  
ONS VIZIER  
BREDER GEZET,  
EEN BREDERE  
SCOPE GEPAKT**

Later hebben we nog bovenin de Bijenkorf er een galerie met moderne kunst bij gehad; daar komt ook de oorspronkelijke naam Holland Art Gallery vandaan. We groeiden en op een gegeven moment hadden we zes galleries. Toen de Bijenkorf werd overgenomen, de huur omhoog ging en de crisis zich aandeed, zijn we daarmee gestopt en verhuisden we naar de Hastelweg. Daar kochten we het pand ernaast erbij, om aan particulieren kunst te verkopen. Met de leaseafdeling erbij en het adviseren van grote bedrijven zoals Volvo was het een leuk gebeuren.” Tijmen: „Advies en verkoop zijn nog steeds een service die we aanbieden. We exposeren nog steeds werk van kunstenaars, bijvoorbeeld tijdens zichtdagen.



In het weekend kunnen we hier in het pand iets organiseren. Da's kleinschaliger en unieker; een spanningsboog van drie dagen."

**Rendement**

Just houdt zich met name met een andere tak bezig: „Beleggingsportefeuilles voor mensen beheren. Met de lage of niet-bestaande spaarrente zoeken mensen andere zaken om hun geld te laten renderen, en kunst is daar zeker de afgelopen jaren een grotere rol in gaan spelen. Mensen kijken of ze, in plaats van in aandelen, in kunst kunnen beleggen. De markt wordt steeds transparanter, ook banken bieden het aan, naast bijvoorbeeld vastgoed." Vooral in het verre oosten is kunst in trek, weet hij: „Met name China koopt veel en beïnvloedt de markt. Dat maakt het lastiger voor mensen hier om daarmee te concurreren. Het is geweldig leuk om te doen maar ik raad niet altijd aan in kunst te investeren. Het belangrijkste is dat je iets mooi vindt, met de gedachte erachter dat je het thuis wilt ophangen. Als het dan ooit meer waard wordt, is dat hartstikke leuk maar het gaat er vooral om dat je naar je schilderij kijkt en er plezier van hebt."

Frank plaagt hem met een duivels dilemma: „Stel dat je een werk kunt kopen dat met redelijke zekerheid over twee jaar het dubbele waard is, maar je vindt het afschuwelijk; koop je het dan niet?" Just hapt: „Als ik die zekerheid had, zat ik hier niet. Ik weet het niet. Meerwaarde is nooit zo'n zekerheid. Ik zou het niet iemand adviseren. Daar is kunst ook niet voor bedoeld. Je kunt een stuk wel ergens op een zolderkamer hangen, maar daar heb je het niet voor gekocht. Vooral in het hogere segment is het risico lager dat het in waarde vermindert. Een duur stuk van een hele bekende kunstenaar behoudt zijn waarde wel of wordt meer waard. Maar er zijn ook mensen die een stuk kopen, het in een kluis in Zwitserland stoppen en het twintig jaar niet zien, tot het meer waard is geworden." Dan haal je zo'n kunstwerk toch ook uit de kunstgeschiedenis en de samenleving? Just: „Er zijn veel stukken uit musea die op veilingen zijn verkocht, die je nooit meer ziet, ja. Het duurste schilderij ooit, Salvator Mundi van – zeer waarschijnlijk – Leonardo da Vinci, via een veiling verkocht voor 450 miljoen dollar."

**HET BEDRIJF IS  
TRANSPARANT,  
IEDEREEN IS JE EN  
JIJ EN WE MOGEN  
ELKAAR STEVIG  
AANPAKKEN  
TIJDENS EEN  
DISCUSSIE**

Daar valt als museum niet tegenop te bieden, beaamt Tijmen: „Je ziet ook dat musea hun krachten bundelen om budgetten samen te voegen om een stuk te kunnen aankopen." Just: „Wat ik wel goed vind; een Amerikaans museum in Pennsylvania heeft twee bekende en geliefde schilderijen van Mark Rothko bij Sotheby's naar de veiling gebracht, om weer nieuwe werken van jonge kunstenaars te kunnen aankopen voor het museum."

**Familiedynamiek**

Uit het familiegesprek – logistiek-verantwoordelijke Ties is meer de stille kracht achter de schermen – blijkt wel dat de tweede generatie – soort van verplicht – met kunst opgroeide. Just grapt: „Het was niet zo dat wij gezellig met het gezin naar het strand gingen, nee. Tijmen, weet je nog? Tweeënehalf uur in de rij staan in de brandende zon in Florence voor van die stomme, oude – op die leeftijd – schilderijen?" Frank kaatst droog terug: „Ties vond het wel leuk." Just: „Nu zou ik dat wel leuk vinden maar toen? Vreselijk. Nu hebben we er veel profijt van, dat wel."

Nog een plaagstootje van Tijmen: „Onze vader wil en gaat nog geen afscheid nemen. Hij is nog lang niet aan pensioen toe." Frank: „Ik krijg werkbriefjes van Tijmen. Ik ga vaker naar Limburg, waar ik vandaan kom, en Rieneke en ik hebben kleinzoon Teuntje, onze nieuwste hobby. De projecten die ik nog draai zijn zo divers; het een is nog leuker dan het andere."

Tijmen schetst oprecht hoe de dynamiek werkt: „Frank is nog de eigenaar van het bedrijf maar in de papieren ben ik directeur. We hebben met z'n allen een vader-zoonsrelatie. Dat heeft meerwaarde maar kan ook een lastige uitdaging zijn. Frank is en blijft mijn vader, en soms vallen we uit onze werkgerelateerde rol. Dan komt het familiale terug op de werkvloer, maar ook andersom. Dat gebeurt in discussies of wanneer Frank denkt dat hij vaderlijk moet optreden, terwijl ik inmiddels 38 ben. We zijn allemaal echte familiemensen, zoeken elkaar vaak op, wonen bij elkaar in de buurt. Feestdagen samen vieren is heel belangrijk, zeker na de gezondheidsproblemen van pa en sinds zoon Teun er is. Dat zie je soms terug. Ik verval ook wel eens in die fout, als ik Ties of Just op een broederlijke manier wil corrigeren. Je wilt ook wel eens en discussie voeren. De familie-werkknop omzetten is voor ons allemaal lastig. Wat op donderdag gebeurt, wordt op zondag bij het diner toch nog herhaald. Dan vinden mensen om ons heen inderdaad dat het wel vaak over de zaak gaat, klopt."

Er is weinig hiërarchie in het bedrijf, vindt Tijmen: „Frank en ik zijn wel eindverantwoordelijk, maar iedereen gaat familiair met elkaar om, ook de collega's. We dragen allemaal oplossingen aan, denken mee, zeker als iemand ziek is of een slechte periode doormaakt." Dat bevordert namelijk ook de creatieve flow: „We mogen voor leuke bedrijven werken, zoals Crowe Foederer, zorginstellingen Pleyade en Mutsaersstichting, Rabobank in Eindhoven." Frank: „Veel in de zorg inderdaad. En horeca; ik ben voornamelijk bezig met cafés en restaurants. We hebben ook iemand die alleen maar bezig is met feesten en partijen."

Tijmen: „Als relatief klein team krijgen we een persoonlijke band met onze relaties, en een intensievere en duurzame samenwerking; dat is het fundament. Maar af en toe moet ik op de rem trappen, en mag het iets minder informeel. We kennen elkaar door en door, dat is dan weer een voordeel. Aan iemands lichaamstaal of manier van praten zien we al dat er iets is. Dat geldt ook voor de collega's. De meesten werken al tien jaar of langer bij ons. En we weten dat we elke dag met elkaar door moeten; dat kan een uitdaging zijn die je scherp houdt."



TIES (L) EN JUST STROEKEN