

HET MAGAZINE VOOR DE LIJSTENMAKERS | N°3
HERFST | WINTER 2017

4Walls



VANUIT DE WERKPLAATS

AFSTAND
ALSJEBLIEFT!

IN GESPREK MET

LIJSTENMAKERIJ
ANY FRAME

ONLINE MARKETING

DE KRACHT VAN
INSTAGRAM

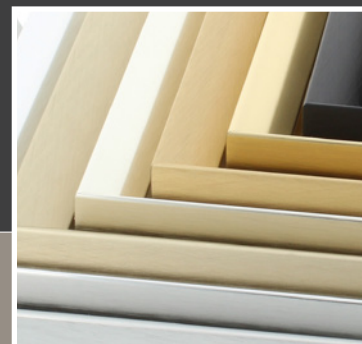
BARTH[®]
LARSON · JUHL

CLARK[®]

by Larson-Juhl

EEN INNOVATIEVE NIEUWE COLLECTIE ALUMINIUMLIJSTEN BY LARSON-JUHL

- De kracht van aluminium maakt het mogelijk prachtige, eenvoudige en elegante presentaties te creëren. De bestverkopende vormen en afwerkingen worden gecombineerd met de meest actuele oppervlaktetechnologieën
- Geanodiseerde en geborstelde uitvoeringen
- Hoogwaardig (A-kwaliteit) echt houten fineer
- Supersterk en slijtvast oppervlak dankzij unieke poedercoatingstructuur
- Goedkopere variant ECO-afwerking in zilver en zwart
- Verkoop per doos, lengte, versteekt of als lijst



www.clarkbylarsonjuhl.nl

Beste lezers,

Doe maar een lijstje...

Als lijstenmaker moet je innovatief zijn als je wilt opboksen tegen grote warenhuizen of cadeauwinkels die allerlei soorten lijsten verkopen. Sommigen zijn daar huiverig voor en anderen volgen hun eigen pad. Menno Schut van Any Frame bijvoorbeeld (zie pagina 6-7) probeert op zijn eigen manier innovatief te zijn. Menno vertelde over de literaire avonden die hij wil gaan organiseren met de eigenaar van de boekenwinkel die binnenkort zijn intrek neemt boven zijn winkel.

Als lijstenmaker is het dus best moeilijk om alleen met de verkoop van lijsten, inlijsten of restaureren stand te houden. Het is slim om andere wegen te zoeken om potentiële klanten binnen te halen. Maak bijvoorbeeld gebruik van Instagram om klanten te inspireren en te verleiden. Hoe je dat doet, lees je op pagina 12-13. Ook de inrichting van je etalage speelt daarbij een belangrijke rol. We spraken met Jean-Paul Mulder van The Content Company over stopkracht en het inspireren van je klanten door met je etalage een 'verhaal te vertellen'. Sta ook eens stil bij de mensen achter de schermen, zoals George Pinas. Hij werkt al meer dan 30 jaar in onze productie met zoveel enthousiasme. Voor onze rubriek 'Framed by' hadden we een bijzonder gesprek met hem.

De afgelopen maanden hebben we achter de schermen hard gewerkt aan een aantal nieuwe collecties zoals Eiffel en Touchwood, in totaal



71 nieuwe houten profielen. Daarnaast zijn we, na een aantal jaren ontwikkelen, erin geslaagd 13 aluminiumseries met 124 afwerkingen te lanceren genaamd CLARK by Larson-Juhl (www.clarkbylarsonjuhl.nl). We zijn enorm trots op het eindresultaat en zijn blij alles aan jullie te mogen presenteren.

In dit magazine zie je maar een glimp. Ik nodig je dan ook graag uit om naar onze websites te gaan. Onze designers zijn al weer druk bezig met het ontwerp voor een volgende collectie. Want ook wij blijven niet stilstaan. Voor jullie allen komen er hopelijk ook drukke tijden aan in verband met de feestdagen die voor de deur staan.

Ik wens jullie weer goede zaken aankomende periode en alvast fijne feestdagen.

Tot volgend jaar.

Vriendelijke groet,

Greg van Eenennaam
Marketing Manager Barth Larson-Juhl

INHOUD

04 VANUIT DE WERKPLAATS
Afstand alsjeblieft!

06 IN GESPREK MET...
Lijstenmakerij Any Frame

09 MERCHANDISING
Trek je klant de etalage in

10 NIEUW
Touchwood

12 ONLINE MARKETING
De kracht van Instagram

14 FRAMED BY...
George Pinas



Afstand alsjeblieft!

Glas dat rechtstreeks op een ingelijst voorwerp of prent rust, kan aantasting van het voorwerp of verkleuring veroorzaken. Door gebruik te maken van afstandhouders kunt u dit probleem voorkomen.



Een voorwerp of prent inlijsten, hoeft niet altijd heel ingewikkeld te zijn. En met de juiste materialen gaat het ook eenvoudig en snel. Om vrije ruimte te creëren tussen een voorwerp en het glas, worden vaak passe-partouts of foam-stroken gebruikt. Een goed alternatief hiervoor is het gebruik van spacers zoals die van EconoSpace.

KUNSTSTOF SPACERS

EconoSpace is een spacer van kunststof, gemaakt van pH-neutraal plastic dat geen weekmakers bevat. De spacer wordt aan de rand van het glas gelijmd en is zowel geschikt voor houten als metalen frames. Het gebruik van dit soort spacers voorkomt onder andere schimmelvorming en knikken of vouwen in het papier.

De spacers zijn leverbaar in drie verschillende maten (4 x 3, 4 x 6 en 4 x 9 mm) in transparante kleur, wit en zwart. De spacers zijn ideaal om objecten met enkele millimeters hoogte, aquarellen, foto's, pasteltekeningen en andere kunstwerken op papier in te lijsten.

HOE PLAATS IK ECONOSPACE?

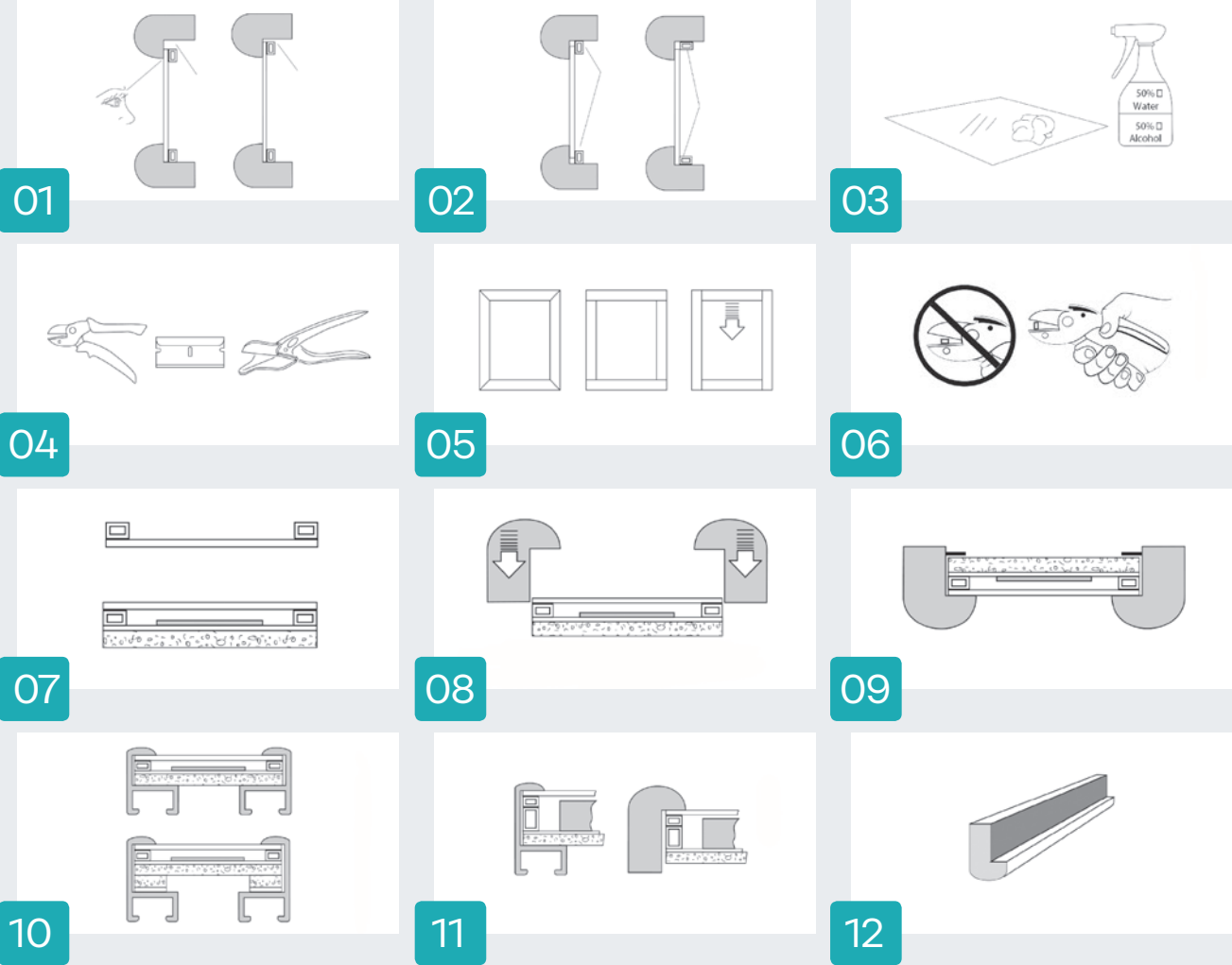
Hieronder leggen we in stappen uit hoe u de spacers van EconoSpace mogelijk kunt plaatsen en waar u op moet letten tijdens het proces.

STAP 1:

Hou de afstand tussen het glas en het frame krap. Door de zwaartekracht rust het glas op de onderste poot van het frame. Als er te veel ruimte ontstaat, kan het zijn dat de spacer er aan de bovenkant uitsteekt. Het glas kan dus het beste praktisch dezelfde maat hebben als de binnenmaat van het frame. EconoSpace is eigenlijk alleen geschikt voor de wat kleinere frames. Voor grotere frames raden we andere spacers aan.

STAP 2 EN 3:

De acryllijm die op een EconoSpace zit hecht heel snel, doe dus heel voorzichtig tijdens het plaatsen van de spacers. Zou u de spacers half op het glas of half op de achterwand van het kunstwerk plakken, kan het zijn dat de spacer op termijn loslaat. Dat geldt ook voor spacers die op hout worden geplakt. In dit geval werkt de bovenste spacer niet goed en kan de spacer los komen. De spacer moet dus op de rand van het glas komen (zie verderop stap 7-9). Het lignine vermin-



dert de lijmkracht van de lijm. Maak het glas daarom eerst grondig schoon met een mix van 50% water en 50% alcohol. De meeste kant-en-klare glasreinigers bevatten stoffen waardoor de lijm minder stevig wordt.

STAP 4:

Snij de spacers met een aambeeldschaar (zie afbeelding 4) of een mesje.

STAP 5:

Bouw het frame zorgvuldig op! Maak een hoekverbinding als verstek of recht afgeknipt, maar zo, dat telkens één eindstuk geklemd wordt door het volgende strookje EconoSpace (twee eindstukken kan ook). Hierdoor wordt elk strookje ondersteund en zal het niet snel loskomen. Let er hierbij op dat het strookje aan de bovenkant altijd een ondersteuning heeft (zie afbeelding 5 middelste tekening).

STAP 6:

Snij de spacer staand af in plaats van vlak (zie afbeelding 6). Gebruik hiervoor bij voorkeur aambeeldscharen, een snijmesje of een filletschaar. Deze laatste is ideaal voor wanneer u het in verstek wilt hebben.

STAP 7 TOT 9:

Bevestig de spacers op de rand van het schone glas. Omdat de lijm vrij dik is, raden we aan de spacers extra goed aan te drukken. Plaats het glas met EconoSpace over het object. Controleer op stof, vlekken op het glas of andere viezigheden. Monteer het hele pakket zoals altijd.

STAP 10:

Vul de achterkant van het object bij metalen frames op schuimbord of foam-board of met special vulmateriaal om kromming te voorkomen. Of maak brede stroken van vulmaterialen of ander materiaal. Gebruikt u veren (klemmen) of plastieken strips, dan kunnen er bij de randen knikken ontstaan in de achterwand.

STAP 11 EN 12:

Om het object nog meer ruimte te geven, is het mogelijk om een aantal spacers op elkaar te stapelen. Bij doorzichtige spacers raden we aan om de sponning dezelfde kleur te geven als de lijst zodat deze niet opvalt aan de voorkant.



"Any Frame heeft mee aan de wieg gestaan van Barth Lijsten"

Any Frame vierde op 22 mei haar 35-jarig bestaan. Het moment voor eigenaar Koos Gijzen om definitief afscheid te nemen van 'zijn' winkel. Any Frame heeft mee aan de wieg gestaan van wat nu Barth Larson-Juhl is en is zelf in Den Haag uitgegroeid tot een begrip. Aan opvolger Menno Schut de eer om het werk van Koos verder te zetten. "Ik ben ontzettend trots en dankbaar dat ik dit mag doen."

Menno, van oorsprong grafisch vormgever, werkt al jaren als lijstenmaker bij Any Frame. Sinds 1 september is hij officieel eigenaar. "Ik ben verhuisd naar een nieuw pand, maar voor de rest is eigenlijk alles hetzelfde gebleven. Zelfs de schroeven in de doosjes staan op dezelfde plek. Heel fijn, want ik ben een enorme chaoot, terwijl Koos juist heel gestructureerd is." Menno ziet de overname en de verhuizing als een nieuwe start van iets moois. "Ik krijg een hele winkel in mijn schoot geworpen maar om dat te kunnen, daar heeft Koos mij enorm bij geholpen. Hij heeft mij 'gered'. En daar ben ik hem heel dankbaar voor."

DRILL-CURSUSSEN

Voordat Menno bij Koos in dienst kwam, werkte hij in een kunstenaarswinkeltje dat ook lijstjes verkocht. "Die werden geleverd door Any Frame. Ik moest wekelijks bij Koos de bestellingen ophalen en elke keer als ik daar kwam vond ik het wel gezellig." Later trok Menno bij Koos in. "Koos kon mij niet in dienst nemen, maar hij had wel af en toe werk voor mij. En ondertussen kon ik als grafisch vormgever mijn klantenkring uitbreiden." Menno leerde het vak al doende kennen en kreeg de nodige 'drill-cursussen'. "In de afgelopen 12 jaar heb ik het vak geleerd, de klanten leren kennen, maar ook het materiaal en natuurlijk de manier van inlijsten en hoe je dingen doet. Koos is echt mijn mentor en leermeester geweest. Koos had al snel in de gaten dat ik niet voor een baas moest gaan werken. Pas vorig jaar viel voor mij het kwartje dat dit is wat ik echt wil. Ik denk dat ik er eerder nog niet klaar voor was."

'DE AFWISSELING MAAKT DAT HET ZO LEUK IS'

Het leukste aan zijn werk vindt Menno het contact met klanten. "Als vormgever zat ik vaak achter mijn computer ideeën uit te werken. Nu heb ik een product dat ik kan verkopen. Bovendien zijn het korte projecten. Dat werkt voor mij heel fijn." De klantenkring van Any Frame bestaat hoofdzakelijk uit consumenten. Veel vaste klanten, maar ook 'inlopers'. Het werk varieert van het inlijsten van bokshandschoenen van Mike Tyson tot het maken van een glazen stolp met daarin een kunstwerk. "Laatst mocht ik een aantal werken inlijsten voor een politieke partij van de Tweede Kamer."

Daarnaast werkt Any Frame ook voor musea en galleries in Den Haag, zoals het Eschermuseum. Van Menno mogen dat er meer zijn. "Ik heb onlangs een aantal galleries aangesproken; jonge mensen met wie ik wil gaan samenwerken. Die

acquisitie, daar deed Koos niet aan. Maar ik moet wel." Tegelijkertijd zijn musea en galleries heel prettig om voor te werken. "Die willen dat het product heel goed is en daar betalen ze ook voor. En je hebt vaak bijzonder werk in handen. Maar eigenlijk is alles leuk. Ik ben nu bijvoorbeeld voor een mevrouw bezig die iets in kruissteek heeft gehaakt. Dat wordt een heel mooi lijstje. Ook dat is heel leuk om te doen."



MENNO SCHUT | GRAFISCH ONTWERPER EN EIGENAAR ANY FRAME

EIGEN COLLECTIE

Menno heeft nog een grote droom en dat is een eigen collectie profielen ontwerpen. Hij droomt er weleens stiekem van om net als Koos een profiel te ontwerpen dat wordt opgepikt door grote leveranciers. „Koos had ooit een profiel gemaakt, 'Pietje Bol'. Later is dat door Barth Lijsten gebruikt." Dat was ook het begin van een mooie relatie die eigenlijk begon omdat Koos op zoek was naar een product dat betaalbaar was maar wel kwalitatief goed. "Koos kwam via een compagnon in contact met Barth Lijsten. Zijn broer Bruno Ninaber had een wissellijst ontworpen, de 916 satiné die hij had vernoemd naar zijn broer Barth. Dat was precies de lijst die Koos zocht." Wekelijks kwam Koos met een grote Amerikaanse bus naar Boxtel. In Den Haag gingen de lijsten rechtstreeks vanuit de bus naar de kunstenaars. Daarna hebben Koos en Barth Lijsten nog intensief samengewerkt. "Any Frame heeft zelfs nog in het begin Any Frame Barth geheten, tot Barth werd overgenomen." De relatie bleef standhouden en is inmiddels uitgegroeid tot een bijzondere maar zakelijke band met wederzijds respect.

Zelf ziet Menno het wat groter. "Koos dacht vroeger vaak mee over de ideale lijst en kwam zo op het idee van de 'Pietje Bol'. Ik zou dat ook wel willen oppikken en een hele collectie willen ontwerpen. Met mijn eigen maten, want dat mis ik bij de reguliere fabrikanten. Mooie profielen, met mooi hout en niet te hoog qua prijs maar een collectie waar galleries blij mee zijn." Want daar is volgens Menno zeker nog behoefte aan. "Je hebt consumentenlijsten zoals de wissellijsten van Barth Larson-Juhl, je hebt vergulde, handgesneden en klassieke lijsten zoals in het Mauritshuis en je hebt handgemaakte lijsten voor de echte liefhebber. Die markt is meer lopende. Daar wil ik naar gaan kijken. Of ik daar iets mee kan in de toekomst."

Trek je klant de etalage in

De etalage van een winkel is niets meer dan een grote advertentie. Dagelijks zien vele mensen het. De etalage is het visitekaartje van je bedrijf. Maar hoe zorg je ervoor dat die passanten ook daadwerkelijk binnenstappen?

Wanneer komt een klant naar je toe? Vaak is dat op het moment dat hij iets wil laten inlijsten. Maar als lijstenmaker doe je veel meer dan inlijsten. Sommigen verkopen kant- en klare lijsten, anderen restaureren schilderijen of etsen, of verkopen glasobjecten of kunstwerken, organiseren exposities etc. Wat je ook doet, je wilt dat mensen jouw winkel weten te vinden. Dat kan via bijvoorbeeld advertenties en artikelen in bladen, op internet of social media. De etalage is anders. Die verleidt passanten om wel of niet binnen te komen.

'ZIEN IS VERKOPEN'

Daarom is de inrichting van je etalage bijna net zo belangrijk als de inrichting van de rest van je winkel. Volgens Jean-Paul Mulder, concept designer bij The Concept Company en onder meer specialist op het gebied van visual merchandising, moet de etalage een samenvatting van je winkel zijn. "Je moet een stopkracht creëren met je etalage en potentiële klant inspireren om uiteindelijk naar binnen te komen." Belangrijk daarbij is dat de producten die je etaleert eenvoudig te vinden zijn. "Een klant wil binnen 23 seconden het product vinden dat hij in de etalage zag. Als hij eerst langs allerlei andere schappen of rekken moet lopen, is hij zo weg."



"Je moet een **STOPKRACHT** creëren met je etalage en potentiële klant inspireren om uiteindelijk naar binnen te komen."

BEWEGING INTRIGEERT

Bij de inrichting van je etalage zijn een aantal factoren van belang, zoals beeld, licht en beweging. Een etalage is vooral beeld. De directe impact van een etalage is zoveel groter dan bijvoorbeeld een tekst die uw zaak omschrijft. Beeld zegt meer dan duizend woorden. Mensen onthouden een etalage beter dan bijvoorbeeld een folder. Het is de kunst om de kracht van het beeld te versterken. Dat hoeft niet eens persé met het product dat je verkoopt te maken hebben. "Een fotozaak in Bergen op Zoom heeft

bijvoorbeeld elk jaar een pietje in de etalage dat naar boven klimt en weer naar beneden valt. Mensen vinden dit grappig en blijven daarvoor staan. Het heeft niets met de fotozaak te maken, maar ondertussen stoppen mensen wel." Zo kun je ook een korte video in je etalage afspelen, waarin je laat zien wat je het werk van lijstenmaker inhoudt. "Laat je vakmanschap zien. Mensen vinden dat leuk. Zeker in deze tijd van laagconjunctuur en vintage. Handgemaakte producten zijn helemaal hot. Dat geldt ook voor houten lijsten of handgemaakte lijsten."



'VOEG EMOTIE TOE AAN JE PRODUCT'

Net zo belangrijk als beweging, is licht. Vaak is dit het eerste waar retailers op bezuinigen, maar volgens Jean-Paul juist heel belangrijk. "Mensen komen als vliegen op licht af. Licht trekt aan. Door licht in je etalage te gebruiken, voeg je emotie toe aan je producten. En kopen is emotie. Als er te weinig licht is, dan lopen ze ook niet naar binnen."

INSPIREREN

Een etalage moet ook inspiratie bieden. Het moet mensen op ideeën brengen. "Elk product heeft een moderne versie, een klassieke versie, een handgemaakte versie, etc. Of laat zien wat je allemaal met lijsten kan. Of met kunst, foto's etc. Als mensen geïnspireerd raken door wat ze in jouw etalage zien, is de kans groter dat ze naar binnenstappen."

EN VERDER:

- » Bouw je etalage niet helemaal dicht. Houd het transparant en geef een inkijkje in je winkel.
- » Houd het simpel en duidelijk.
- » Het verhaal wat je wilt vertellen moet helder en duidelijk zijn.
- » Inspireer mensen. Laat bijvoorbeeld verschillende varianten van lijsten zien. Of laat zien wat je allemaal kunt met lijsten



TOUCHWOOD ART & SIF

Onze nieuwste collectie Touchwood bestaat uit fineer houten lijsten die zorgen voor een natuurlijke gefineerde afwerking. Er zijn drie collecties beschikbaar: ART, SPACERS-INTERIORS-FLOATS (SIF) en UNIQUE.



ART bestaat uit een groot aantal eenvoudige lijsten die geschikt zijn voor dagelijks gebruik. SIF is speciaal bedoeld voor lijstenmakers die graag creatief uitgedaagd worden. Binnen de SIF-serie zijn er baklijsten voor doeken, inleglijsten en lijsten om 3D-objecten in te lijsten beschikbaar. Er zijn 4 fineeruitvoeringen: eiken, walnoot, wenge en esdoorn.

TOUCHWOOD
ART
ESDOORN

TOUCHWOOD
ART
EIKEN

TOUCHWOOD
ART
WALNOOT

TOUCHWOOD
ART
WENGE

TOUCHWOOD
SIF
ESDOORN

TOUCHWOOD
SIF
EIKEN

TOUCHWOOD
SIF
WALNOOT

TOUCHWOOD
SIF
WENGE

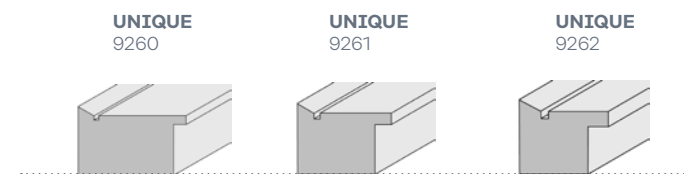


Een inlijsting met één van deze fineer-profielen biedt de mogelijkheid om een natuurlijke trend of Scandinavische look vast te leggen zonder te hoeven werken met (soms) moeilijk bewerkbare massief houten lijsten. De diverse profielen, baklijsten en inleglijsten zijn prima te combineren. Daardoor is het ook mogelijk om oneindige creaties te maken.



De ART & SIF serie bestaat uit maar liefst 11 profielvormen

TOUCHWOOD UNIQUE



MERK : LARSON-JUHL | BESCHIKBAAR VANAF OKTOBER 2017
SERIE BESTAAT UIT DRIE PROFIELEN



NIEUWSGIERIG: KIJK OP WWW.BARTHLARSONJUHL.NL VOOR MEER INFORMATIE OVER DEZE NIEUWE SERIES.

UNIQUE is de derde serie uit het Touchwood-assortiment. Het heeft een ongewone en originele mix van fineer en afwerkingen. UNIQUE is verkrijgbaar in de 5 fineeruitvoeringen Eiken, Walnoot, Wenge, Eiken/Esdoorn en Walnoot/Eiken

TOUCHWOOD
UNIQUE
EIKEN

TOUCHWOOD
UNIQUE
WALNOOT

TOUCHWOOD
UNIQUE
WENGE

TOUCHWOOD
UNIQUE
EIKEN/
ESDOORN

TOUCHWOOD
UNIQUE
WALNOOT/
EIKEN



De kracht van social media:

Instagram

Met meer dan 700 miljoen actieve leden wereldwijd en 95 miljoen foto's per dag is Instagram uitermate geschikt om nieuwe klanten te werven. En niet alleen dat: ook met bestaande klanten kun je een blijvende band opbouwen. Hoe dat werkt? Dat leggen we hier kort uit.

Nog steeds zijn veel mensen huiverig voor alles wat met online verkoop te maken heeft, laat staan met het gebruik van social media. Toegegeven: begin je eenmaal met bijvoorbeeld een Facebookpagina dan is het erg belangrijk om dit te blijven volhouden. Een keer in de zoveel tijd een bericht online werkt alleen maar averechts.

UNIVERSEEL

Instagram daarentegen werkt een stuk eenvoudiger. Daar draait het uiteindelijk vooral om beeld. En beelden zeggen meer dan woorden. Bovendien is de 'taal' van beelden universeel. Of je nu in China, Rusland, Zuid-Amerika of Indonesië woont: als het op beelden aankomt, spreken we allemaal dezelfde taal.

HOE ZET IK INSTAGRAM IN?

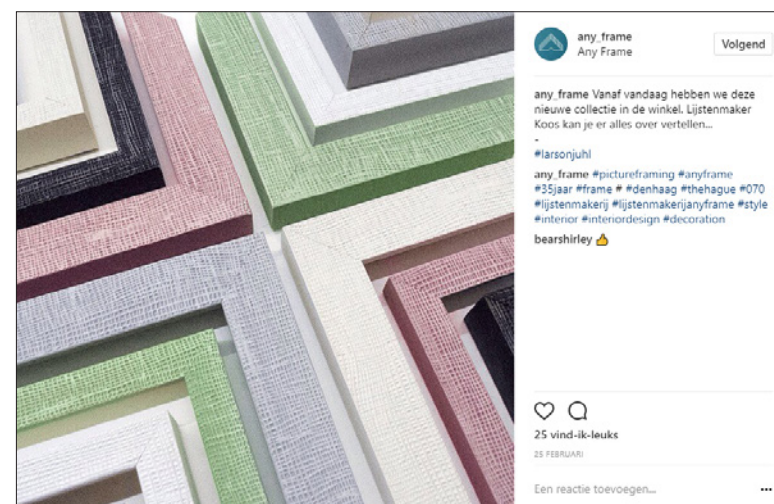
Dat hangt ervan af wat je wil bereiken. Gaat het puur om het delen van opdrachten? Wil je omzet verhogen? Wil je interactie met je doelgroep creëren? Er zijn een aantal dingen die je alvast kunt doen.

» Preview

Ben je bezig met het maken van een zelfontworpen lijst? Laat je volgers meekijken tijdens het proces. Neem ze van begin tot eind mee aan de hand. Mensen vinden het leuk om te zien wat je aan het maken bent en hoe het er uiteindelijk uit ziet. Daarmee wek je nieuwsgierigheid.

» Nieuwe collectie

Heb je net een nieuwe collectie binnen? Plaats dan een glimp van de collectie op Instagram. Geef niet meteen alles prijs, maar zorg dat je je volgers prikkelt en 'lok' hen als het ware naar je winkel.

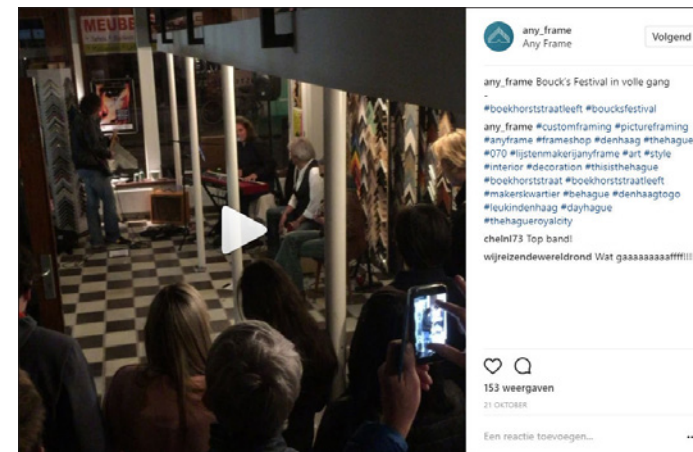


» Voorbeelden van klanten

Vraag aan klanten of je een foto van de geleverde opdracht mag maken. Daarmee inspireer je andere (potentiële) klanten. Tegelijkertijd laat je zien wat je in huis hebt. Vraag aan je klanten hetzelfde te doen als ze Instagram hebben.

» Instagram Stories

Het is ook mogelijk om korte filmpjes of foto's in je stories te zetten. Bijvoorbeeld van het interieur van je winkel, terwijl je aan het werk bent. De foto's of filmpjes zijn max 15 seconden in beeld en blijven 24 uur in je stories staan. Daarna verdwijnen ze. Je kunt ook tekst toevoegen en zelfs tekenen op je foto of filmpje. Om video's op te nemen, houd je je telefoon verticaal, anders komt je video gedraaid in stories. Wil je dat je story niet na 24 uur verdwijnt, deel 'm dan op je tijdlijn.



» Livestream

Via Instagram is het ook mogelijk om 'live te gaan'. Interessant bij de opening van bijvoorbeeld een expositie in je winkel of een ander belangrijk moment. Door 'live video' te selecteren vanuit Instagram Stories ben je te zien voor al je volgers.

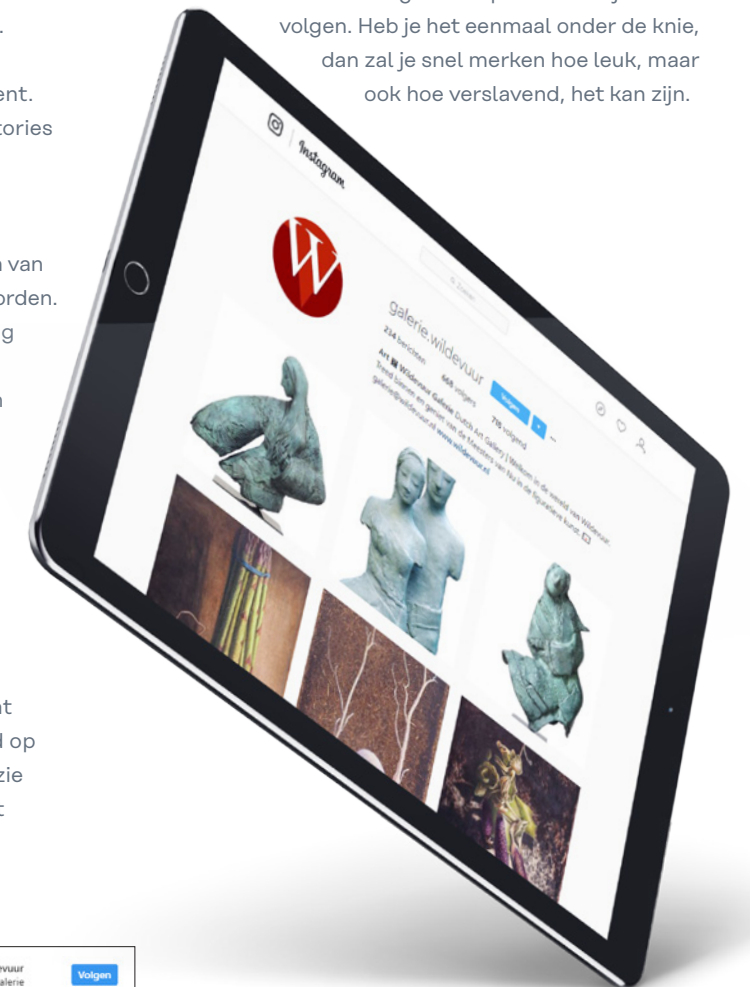
EN VERDER:

- » Zorg voor een logische accountnaam. Liefst de naam van je bedrijf met een korte omschrijving in een paar woorden.
- » Maak gebruik van geotags (locatiedata). Een geotag is dus niets meer dan een locatie toevoegen aan je foto. Kom je bijvoorbeeld bij je zaak en maak je een foto, check dan in. Als (potentiële) klanten een foto voorbij zien komen en boven de foto op de geotag klikken, zien ze alle foto's die op die locatie zijn gemaakt en komen ze vanzelf op je account. De kans is groot dat ze je gaan volgen.
- » Zet geen ellenlange teksten onder je foto's, maar maak gebruik van hashtags (#). Een of twee is voldoende.
- » Besteed voldoende aandacht aan je foto's. Zorg dat ze mooi en goed van kwaliteit zijn. Let daarbij goed op belichting. Licht voegt emotie toe aan je product (zie ons andere artikel over interactie in je etalage), dat geldt ook voor foto's.



GEWOON DOEN!

Instagram is voortdurend bezig zich verder te ontwikkelen. En juist daarom ook interessant als marketingtool. Het is eenvoudig, snel en het kost niks. Het is een kwestie van doen: een account aanmaken, foto's of video's plaatsen en vooral ook veel mensen volgen die op hun beurt jou weer volgen. Heb je het eenmaal onder de knie, dan zal je snel merken hoe leuk, maar ook hoe verslavend, het kan zijn.



#galerie #wildevuur #schilderij
#modelpainting #kimono #vrouw
#blauw #figurative #olieverf #rea
#kunst #antonline #saatchiart #du
#artwork #buyartonline #buyart
#artnet #gallery #galleryonline #
#museum #museumnederland
la_bodeguita_den_haag

FRAMED by...

George Pinas, productiemedewerker werkplaats. George (55) is doof maar woont zelfstandig in een appartement in Sint-Michielsgestel. Een keer in de week komt er een hulp langs om samen met hem te koken en hem te helpen met zijn administratie. Hij werkt in de werkplaats al jaren onder begeleiding van Leon. "Ik ken George al meer dan 30 jaar. Wij hebben inmiddels een eigen taaltje ontwikkeld."



Voordat George zelfstandig ging wonen, woonde hij in een woongroep van Kentalis in Vught. Op het toenmalige doveninstituut volgde George de lts. "Toen hebben ze mij gevraagd of ik een keer mee wilde gaan naar Barth Larson-Juhl om te kijken hoe dat was." Dat was in 1985. "Ik moest toen ook al lijsten in elkaar zetten, zoals nu. In het begin was het wel moeilijk, maar toen ik het eenmaal doorhad, ging het steeds beter."

STAPELS LIJSTEN

Als George 's ochtends om zeven uur binnenkomt, drinkt hij eerst koffie. Daarna leest hij de bestelbonnen door. "Dan weet ik hoeveel lijsten ik in elkaar moet zetten." De lijsten verschillen niet alleen in grootte maar ook in kleur. "Soms zijn het witte lijsten, dan weer zwarte. Maar ik heb ook al gele en blauwe lijsten in elkaar gezet." Dat in elkaar zetten gaat met een speciaal apparaat. "Het is niet gevaarlijk, want ik kan wel een beetje horen. Er kan dus eigenlijk niets gebeuren."

"IK WIL HIER NIET WEG. IK VIND HET NA AL DIE JAREN NOG STEEDS LEUK."

Hoeveel lijsten hij per dag in elkaar zet, weet hij niet precies. "30, 40, soms 100... Ik weet het niet precies, maar in ieder geval heel veel." Op de vraag welke lijst hij het allermooiste vindt, haalt George zijn schouders op. "Geen idee. Ik maak ze alleen maar omdat Jasper zegt dat ik dat moet doen. Dus dat doe ik."

'LAAT MAAR PRATEN'

In het begin vond George het wel lastig om alleen maar horende collega's te hebben. Nu vindt hij het wel prima. "Het maakt me niet uit dat ik de enige dove ben. Laat de rest maar praten, ik doe daar niet aan mee. Ik werk wel." Dat hij dat goed kan, weet het hele bedrijf inmiddels. "Ze vinden mij

heel snel. Maar ik werk hier ook al lang. En omdat ik niet kan praten met mijn collega's, werk ik de hele tijd door." Soms komt het hem goed uit dat hij doof is. "Er is soms heel veel lawaai hier. Dan word ik gek van het lawaai in mijn hoofd... Dan doe ik mijn hoorapparaat uit en is het geluid weg."



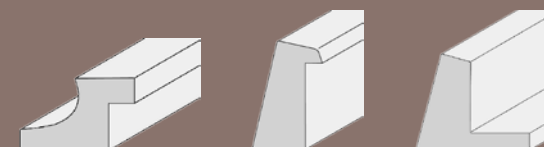
GEORGE WERKT AAN EEN LIJST

VRIJWILLIGER BIJ BIOSCOOP

Als George niet aan het werken is, is hij te vinden op de kegelbaan. "Dat is elke dinsdagavond. Ik ga dan eerst bij een vriendin eten, Marita, en dan rijden we samen naar de kegelclub." Op vrijdagmiddag werkt hij als vrijwilliger bij het dorps huis. "Dat is bij Kentalis, het doveninstituut. Om de twee weken is er een film te zien voor dove en/of gehandicapte kinderen. Samen met iemand anders zet ik frisdrank en chips klaar. Na afloop zorgen we dat alles weer netjes is." Soms moet George ook helpen om de kinderen rustig te krijgen. "In het begin snapte ik niet waarom ze bijvoorbeeld aan de gordijnen trokken of zo. Nu weet ik dat ze daar niets aan kunnen doen. Maar het is wel lastig af en toe."

'ZE WILLEN ME NIET WEG HEBBEN'

Over de toekomst is George heel duidelijk: "Ik wil hier niet weg. Ik vind het na al die jaren nog steeds leuk. Ik werk hier vijf dagen per week, van 7 uur 's ochtends tot 17 uur 's avonds maar elke dag is anders. Ik weet nooit vooraf hoeveel lijsten ik moet maken. En de ene dag is het drukker dan de ander." Ook de 'baas' wil hem niet weg hebben denkt George. "Ze zijn veel te blij dat ik zo hard en snel kan werken."



WWW.BARTHLARSONJUHL.NL

COLOFON

Barth larson-juhl

Industrieweg 16, 5281 RW Boxtel | Postbus 83, 5280 AB Boxtel | tel +31 (0) 4 11 66 11 66 | www.barthlarsonjuhl.nl
email info@larson-juhl.nl | KVK nr 16050604 's-Hertogenbosch | BTW nr NL007645569.B01

Nadruk of dupliceren van één of meer artikelen of afbeeldingen uit dit magazine is slechts toegestaan na schriftelijke toestemming van Barth Larson-Juhl. Alle rechten voorbehouden. **Uitvoering** Attacom/Textuur i.s.m. Noeste IJver. | Greg van Eenennaam, Barth Larson-Juhl.

Foto's/Tekst

Pagina 1 @barthlarsonjuhl/Betsy Jacaruso | **Pagina 2** @barthlarsonjuhl | **Pagina 4-5** Frametek/Larson-Juhl | **Pagina 6-7** Asja Vossen, Martijn Beekman
Pagina 8-9 Asja Vossen/shutterstock.com | **Pagina 10-11** @barthlarsonjuhl/Pexels.com/Unsplash.com | **Pagina 12-13** Asja Vossen/
Instagram: @any_frame/@galerie.wildevuur | **Pagina 14** Asja Vossen | **Pagina 15** @barthlarsonjuhl | **Pagina 16** @barthlarsonjuhl/Betsy Jacaruso

CLARITY[®]

by Larson Juhl

「It's clearly
beautiful」

