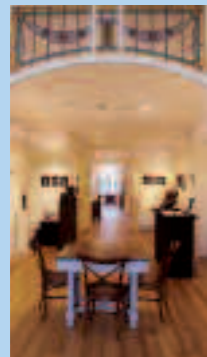


NOS-journaal, Open Art Fair, 9 sept 2008



Voorgevel nr. 33



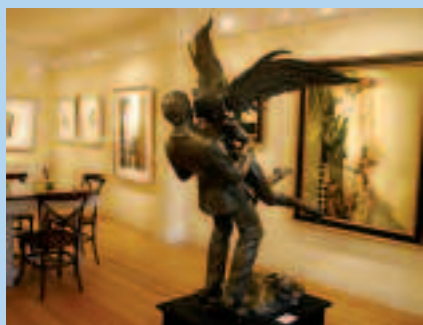
Interieur Gouda



Dagblad Nice-Matin, 1 feb 2000

## KEUZE VAN DE KUNSTENAARS

De onvoorwaardelijke passie voor het realisme is de basis van het gevoerde galeriebeleid. Essentieel in de keuze van de kunstenaars is de vraag of de galeriehouders ook 'in privé' werk zouden willen aankopen. Dat het moet 'klikken' is natuurlijk belangrijk. Je moet het tenslotte samen doen. Vakmanschap staat voorop in de beoordeling van een kunstwerk en het oeuvre van een kunstenaar. Is het technisch mooi gemaakt, klopt het? Naast het feit dat het visueel aantrekkelijk moet zijn, is er nog iets 'extra' nodig om boven de rest uit te stijgen. Heeft een kunstwerk zeggingskracht, doet het iets met je, roept het een gevoel of emotie op? Als dat zo is, is het pas goed. Dat laatste aspect is ongrijpbaar, moeilijk te definiëren en vaak heel persoonlijk. "Er bestaan geen regels voor, vaak volgen we dan ook uitsluitend ons gevoel. En het succes van de galerie toont aan dat we daar een neus voor hebben."



Expositie Michael Parkes, 2004



**HOE HET BEGON** In september 2007 opende Galerie Honingen voor het eerst met een bescheiden expositie met aquarellen van Peter Dumas. De galerie was gevestigd aan de Oostzeedijk Beneden 27 in Rotterdam-Kralingen. Het begon allemaal heel eenvoudig. Geen grote opening, geen persberichten, geen luxe uitnodiging...niets van dit alles. Op de stoep stond een sandwichbord en de deur stond uitnodigend open. Die eerste maand kwamen er een handvol (toevallig passerende) bezoekers binnen kijken. De reacties waren lovend, maar er werd niets verkocht. In oktober startte de 2e expositie, nu waren er huis aan huis 1000 uitnodigingskaarten verspreid en er verscheen een groot artikel in het Rotterdams Dagblad. Daar kwam gericht een aantal



Rotterdams Dagblad, 1 okt 1997

# GALERIE HONINGEN

*12 1/2 jaar  
toonaangevend  
in realisme*



*In 12 1/2 jaar tijd hebben  
galeriehouders Karen Boekholt  
en John Stel hun persoonlijke  
passie voor detail weten uit te  
bouwen tot een gerenommeerde  
en succesvolle galerie.*

kunsthelers op af en... het eerste schilderij werd verkocht: "Afscheid van het classicisme" van Peter Boekholt voor 4100 gulden.

**HET IDEE EN DE LOCATIE** De galeriehouders John Stel en Karen Boekholt ontmoetten elkaar op studentenvereniging Laurentius. Beiden studeerden aan de Erasmus Universiteit, hij Economie, zij Bedrijfskunde en Kunst- en Cultuurwetenschappen. De vader van Karen, Peter Boekholt, was kunstenaar en zodoende werd kennis gemaakt met 'de kunstwereld'. Het idee ontstond om een kunstgalerie gespecialiseerd in realisme te beginnen. Een geschikt pand was al gevonden: het voormalig studentenhuis van John. Dit klassieke herenhuis had hij kort daarvoor kunnen kopen. De begane grond kende een woon/winkel bestemming en de locatie in hartje Kralingen leek hen bijzonder geschikt. Na het succesvol afronden van Johns studie



Tijdschrift Residence, feb. 2009



AD, september 2005

## KUNSTBEURZEN

"Door je kunstcollectie op beurzen te tonen, kom je rechtstreeks in contact met geïnteresseerden, je ontmoet klanten en je 'proeft' de mening van anderen. Die feedback is belangrijk voor de te varen koers van de galerie, maar ook voor de kunstenaars is het een essentieel meetmoment, hoe wordt hun werk gewaardeerd? Beurzen zijn een kostbare onderneming, maar van onschatbare waarde in het op- en uitbouwen van een gerenommeerde naam in galerieland." Sinds 2004 assisteert Theo Blokland, goede vriend en kunsthelers, ons op beurzen. Galerie Honingen deed/does mee aan o.a. Primavera (Rotterdam), Art & Antiques Fair ('s-Hertogenbosch), Holland Art Fair (Den Haag), Art Fair Autotron (Rosmalen), Open Art Fair (Utrecht), Grantique (Rotterdam), Art Laren/Kunst op de Brink (Laren), Miljonair Fair (Amsterdam) en Cannes International Art Fair (Cannes, Frankrijk).



Miljonair Fair 2003



Cover tijdschrift Tableau, 2004

startte de verbouwing tot galerie. Karen studeerde later af, maar is vanaf het begin nauw bij de galerie betrokken geweest en volgde later ook officieel als partner in de zaak. Met slechts 6000 gulden (!) budget, wat grotendeels opging aan verlichting, werd in de zomer van 1997



Salon Primavera 2009, Rotterdam

de galerie ingericht. De naam Galerie Honingen werd gekozen en verwijst naar het vroegere slot Honingen dat vlakbij heeft gestaan. Wat vrijwel niemand weet is dat het art deco-achtige logo is ontleend aan een detail in het houtsnijwerk in het voordeurkozijn.

**HET EERSTE JAAR** Het 1<sup>e</sup> jaar was enorm leerzaam; leerzaam in de contacten met kunstenaars, de ontwikkeling van het 'eigen' gezicht van de galerie, de contacten met bezoekers en vooral klanten, leren van fouten (een opening plannen tijdens de Rotterdam Marathon bijvoorbeeld...). Het 1<sup>e</sup> jaar was ook succesvol: "we verkochten KUNST ! We verdienden een inkomen, en nog belangrijker, we kregen het gevoel dat er een 'markt' voor ons type galerie zou zijn." Het 1e jaar was ook moeizaam; als zelfstandig ondernemer is het maar afwachten of er klanten komen; er werd niet altijd verkocht. De initiële investering was weliswaar niet groot; de ambities waren wel groots te noemen en daarvoor is geld nodig, geld voor luxe drukwerk, advertenties, beurzen etc. Het budget om zelf van te leven was zeer beperkt, elke gulden werd terug in de galerie geïnvesteerd. De galeriehouders woonden in het souterrain; 15 m2 om te slapen, te studeren, te eten en te leven. Maar de opzet slaagde en de eigenzinnige aanpak van de galerie viel bij klanten in de smaak.

**VAN 27 NAAR 33 NAAR 127** Na 3 jaren 'investeren' verhuisde de galerie in 2000 van nr. 27 naar een gehuurd winkelpand op nr. 33. De oude galerie werd nu het woonhuis, eindelijk ruimte om te leven. En met de expositieruimte zo dicht bij is het ideaal, dachten Karen en John. Maar met de voorspoedige groei van de galerie werd het winkelpand al snel te klein. Na anderhalf jaar werd een grote stap gezet: de aankoop van een groot grachtenpand aan één van Gouda's mooiste grachten om wonen en werken weer te combineren. Het pand, een Rijksmonument met smoel en een inhoud van bijna 1000m3, was volledig uitgewoond. Het zou veel werk worden en een behoorlijke investering vergen, maar ze 'vielen' erop en besloten het te doen. Na 8 maanden verbouwen, verhuisden ze in de zomer van 2002 naar een prachtige mooie nieuwe galerie en een heerlijk groot woonhuis. In de herfst werd het vijfjarig jubileum gevierd. Eenmaal gesetteld ontstond nog een andere 'wens' en in 2004 werd zoon Lucas geboren en in 2006 dochter Sophie: "onze allermooiste kunstwerken".



**DE WEBSITE WWW.HONINGEN.COM** De opkomst en het gemak van internet werd en wordt door de galeriehouders van groot belang geacht. Afgaande op het aantal bezoekers aan de site is die opvatting terecht gebleken. Galerie Honingen heeft vanaf het prille begin een zeer uitgebreide website; alle kunstenaars en alle kunstwerken overzichtelijk vermeld met prijs en afmetingen. Nieuwe aanwinsten en collectiewijzigingen worden veelal nog dezelfde dag verwerkt. En dat werkt ! "Onze website is altijd actueel, wordt al jaren zeer goed bezocht en is een zeer effectief medium gebleken."

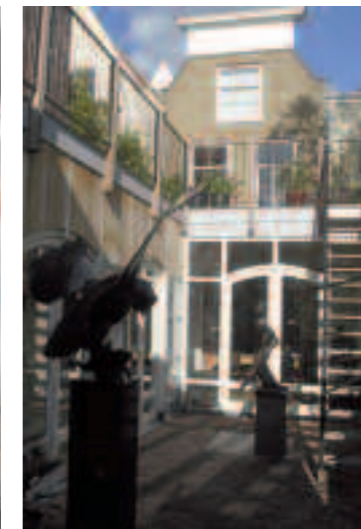
**VAN 100 M2 NAAR 200 M2** In 2007 bestond Galerie Honingen 10 jaar en begon de expositieruimte toch een beetje te knellen. Het oog viel op een grote loods direct achter de galerie. Hartje binnenstad is de ruimte schaars en het zou een unieke kans zijn. Na ettelijke kopjes koffie met de eigenaar werd in 2008 de koop gesloten. Er zou maar liefst bijna 100 m2 expositieruimte bij komen, waarmee de galerie in oppervlakte zou verdubbelen ! De grote verbouwing annex uitbreiding vindt plaats voorjaar 2009. In een recordtijd van 3 maanden is de grote metamorfose afgerond en gaat de galerie weer open. De bouwvallige jaren '60 loods is veranderd in een royale expositieruimte en een zonnige patio waar het licht naar binnen stroomt. Ook is nu het 'oorspronkelijke' middeleeuwse perceel weer hersteld van maar liefst 46 meter diep. In het ontwerp en de detaillering is zoveel mogelijk gestreefd om de sfeer van Galerie Honingen te behouden en te versterken. Getuige de lovende reacties is dit zeer geslaagd.



Van 100 m<sup>2</sup> naar 200 m<sup>2</sup>



Start verbouwing maart 2009



Het eindresultaat zomer 2009



Lezing Adriana van Zoest, november 2009

Wilt u binnenkort de digitale nieuwsbrief van Galerie Honingen ontvangen? Meldt u aan via [www.honingen.com](http://www.honingen.com) of stuur een e-mail naar [honingen@honingen.com](mailto:honingen@honingen.com)

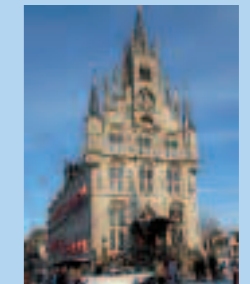


# Gouda

## HISTORISCH HART IN HET GROENE HART

### WERELDBEROEMD

Kaarsen, stroopwafels en natuurlijk de Goudse kaas is waar Gouda wereldwijd bekendheid mee heeft verworven. Gouda is een sfeervolle Oud-Hollandse stad met ruim 70.000 inwoners. De meest befaamde



historische monumenten zijn het gotische stadhuis op het midden van de Markt, de 17de-eeuwse Waag en natuurlijk ook de Sint-Janskerk, de langste kruiskerk van Nederland met zijn beroemde door de gebroeders Crabeth gebrandschilderde ramen. Daarbij telt het centrum vele oude monumenten langs de pittoreske grachten en straten. Gouda kent diverse evenementen, één van de bekendste is Gouda bij Kaarslicht: sinds 1955 wordt op een dinsdag in december het stadhuis en de markt feeëriek verlicht door enkel de gloed van duizenden kaarsen.

### ONTDEK GOUDA

**KUNST- ANTIEK- EN DESIGN ROUTE:** een wandelroute langs ruim 50 bijzondere adressen in de historische binnenstad, gratis verkrijgbaar bij het VVV en alle deelnemers.



### KLANTENKRING

"Onze klanten voelen zich aangesproken door dezelfde kunst als wij en wij denken dat ze zich thuis voelen in onze galerie. Want net zoals bij kunstenaars is het ook bij kunstkopers zo dat het moet 'klikken' met de galerie en de galeriehouders. Het is een kwestie van gunnen. De passie voor realisme is gemeenschappelijk, voor de rest zijn onze klanten net zo divers als de samenleving; met bekende en onbekende Nederlanders in de klantenkring. Wat ons aanspreekt is dat kunst ons in aanraking brengt met allerlei verschillende interessante en bijzondere mensen, mensen die op hun vakgebied veel gepresteerd hebben. Dat we veel op afspraak werken en altijd bereikbaar zijn wordt zeer gewaardeerd. Tenslotte is er geen betere reclame dan mond-tot-mond reclame. Zo zijn er al heel wat relaties, vrienden en familie van onze klanten ook klant geworden."



Trio-expositie in Galerie Honingen

AD, 6 feb. 2010