



LEIPZIG



ENGELS

PRESS RELEASE : In collaboration with the renowned Jansen & Jansen Brand Research Laboratory, the artist Rob Lagrouw created a so-called Very Strong Brand. The well-chosen location for this brand presentation is the recently completely restored Katinka Smit Art Gallery. By creating this strong brand, the artist wants to focus on a more aggressive market approach. The artist will now more than ever fully focus on earning as much money as possible.



Camera



Gesprek



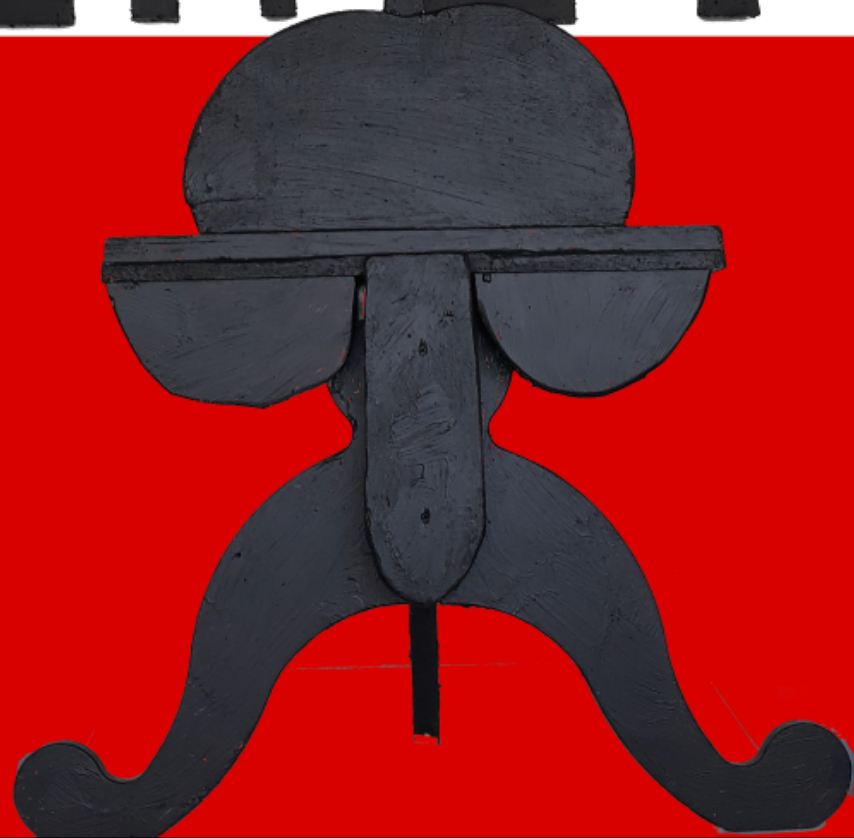
Transcript maken

ITALIAANS

COMUNICATO STAMPA: In collaborazione con il rinomato Jansen & Jansen Brand Research Laboratory, l'artista Rob Lagrouw ha creato un cosiddetto Very Strong Brand. Il luogo ben scelto per questa presentazione del marchio è la Katinka Smit Art Gallery, recentemente completamente restaurata. Creando questo marchio forte, l'artista vuole concentrarsi su un approccio di mercato più aggressivo. L'artista ora più che mai si concentrerà completamente sul guadagnare quanto più denaro possibile.



LEIPZIG



KATINKA SMIT ART GALLERY

LEIPZIG, A VERY STRONG
& AGRESSIVE BRAND.
CREATED BY

ROB LAGROUW

Katinka Smit Art Gallery







Tap on Leipzig to see the movie

Monthly Trade Magazine for Brand Maniacs

Nov 2020

EUR 9,99

M A D NESS



THE RISE AND FALL OF THE
PROMISING BRAND LEIPZIG

Leipzig the brand that proved impossible to catch

How (almost) everything went wrong with the promising brand of the Italian Dutch artist Rob Lagrouw.

This strong brand Leipzig created by Lagrouw was just as hailed in the art scene as the embodiment of an important new movement that the art world was so in need of.

What went wrong.

Ask art critic Dorina la Colpa and she doesn't know where to begin.

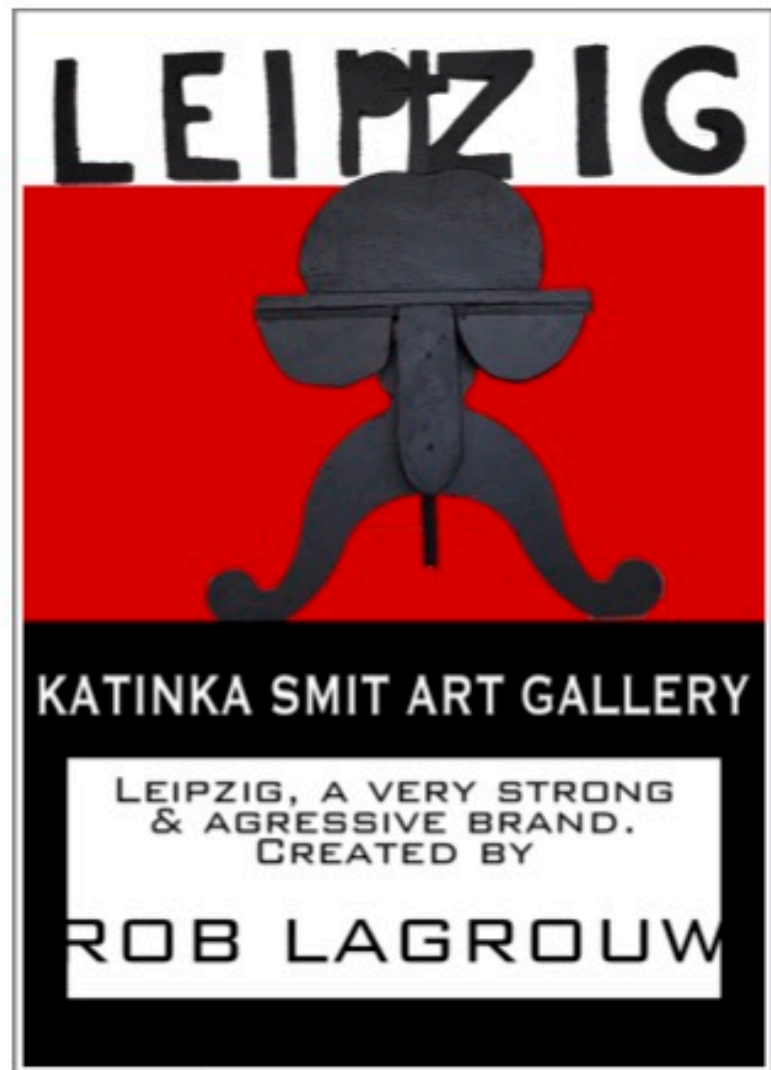
"It was pretty useless because we soon found out there was not enough of it."

"The need was high, but the promise was not kept."

From an acclaimed and promising brand to an extinguished lifeless brand, it is quite a sad interim position



The artist Rob Lagrouw



Announcement of the opening exhibition

for the supposedly strong brand Leipzig.

And then there are the disappointed museum directors who blamed the artist when it became clear that Lagrouw could not deliver a fraction of his brand and especially when it turned out that his work was not half as strong as promised.

How did it come to this.

A reconstruction in three acts.

1. The promise

While it all started so beautifully with the opening exhibition in the famous Katinka Smit Art Gallery. It

seemed faithfully a success on its way to become a really strong brand. The art world eagerly responded and Lagrouw started to produce well when he realized how much demand there was for his brand.



A disappointed Katinka Smit

2. The practice

While Lagrouw worked his ass off on his Italian hilltop, the first problems arose in the art world. Visitor numbers were very disappointing and the brand turned out not to be able to keep its promises. Then production also came to a halt.

A badly overworked Lagrouw had to conclude that the brand itself had been playing a trick on him.

By pretending to be less strong than it actually was, the Leipzig brand eventually started to lead a life of its own, away from the artist's sight and the overstretched expectations of the art world.

It turned out to be the beginning of a strange soap.

Lagrouw hunted in vain for his lost brand, and became discredited in the renowned art world.

3. The hope

Artist Lagrouw is relegated from leader in Branding Art to a brand loser who cannot find his brand any more.

But perhaps we should be a bit more lenient about this troubled artist. The brand appears to lead a life of its own outside the art circuit and is actually not doing badly at all in the world of snowboarders and followers



A follower of conspiracy theories



Een snowboarder

of conspiracy theories. The art world bet fully on the Leipzig brand but was greatly disappointed by the brand and the artist, as Katinka from Katinka Smit Art

Gallery says in a written response to this article.

But this brand is definitely going to make it, as judged by some well-known brand strategists in a discussion with colleagues.

Leipzig will find its way, it turns out to be more aggressive and stronger than expected.

Unfortunately only for the artist Lagrouw who completely missed the boat with the brand he created .



Vertaling van het artikel: **NEDERLANDS**

Leipzig: het merk dat zich niet liet vangen

Hoe haast "alles" mis ging met het zo veelbelovende sterke merk van de Italiaans Nederlandse kunstenaar Rob Lagrouw.

Het door Lagrouw gecreëerde sterke merk Leipzig werd in de kunstscene kort bejubeld als de belichaming van een belangrijke nieuwe stroming waar de kunstwereld zo'n behoefte aan had.

Wat ging er mis.

Vraag het kunstcritica Dorina la Colpa en zij moet even nadenken waar te beginnen. "We hadden er niets aan omdat er niet genoeg van was." De nood was hoog maar de belofte werd niet nagekomen. Van bejubeld en veelbelovend merk tot uitgeblust futloos merk het is nogal een sneue tussenstand voor het zogenaamd sterke merk Leipzig. En dan zijn er nog de teleurgestelde museumdirecteuren die de kunstenaar verantwoordelijk stelden toen duidelijk werd dat Lagrouw nog niet een fractie van zijn merk kon leveren en helemaal toen bleek dat zijn werk nog niet half zo sterk was als beloofd.

Hoe kon het zover komen.

Een reconstructie in drie bedrijven.

1. De belofte

Terwijl het toch allemaal zo mooi begon met de openingsexpositie in de befaamde Katinka Smit Art Gallery. Het leek Lagrouw werkelijk gelukt een sterk merk te maken. En de kunstwereld hapte gretig toe. Lagrouw begon pas goed te produceren toen hij in de gaten kreeg hoeveel vraag er naar zijn merk was.

2. De praktijk

Terwijl Lagrouw zich een ongeluk werkte op zijn Italiaanse heuveltop ontstonden de

eerste problemen in de kunstwereld. Bezoekersaantallen vielen zwaar tegen en het merk bleek zijn beloftes niet waar te kunnen maken. Toen kwam ook nog eens de productie tot stilstand. Een zwaar overspannen Lagrouw moest tot de conclusie gekomen dat het merk zelf hem een loer had gedraaid.

Door zich minder stoer voor te doen dan het in werkelijkheid was is het merk Leipzig een eigen leven gaan leiden buiten het zicht van de kunstenaar Lagrouw en de overspannen verwachtingen van de kunstwereld.. Het bleek het begin van een vreemde soap . Lagrouw jaagt vergeefs op zijn verdwenen merk, en raakt in diskrediet in de gerenommeerde kunstwereld.

3. De hoop

Zo degradeert kunstenaar Lagrouw van koploper in de Branding Art tot merksslodderdervos die zijn merk niet terug kan vinden.

Maar misschien moeten we toch wat milder oordelen over deze geplaagde kunstenaar. Het merk blijkt een eigen leven te leiden buiten het kunstcircuit en doet het helemaal niet slecht in de wereld van complotdenkers en snowboarders.

De kunstwereld wedde vol op het merk Leipzig maar werd door het merk en de kunstenaar enorm teleurgesteld. Zo laat Katinka van Katinka Smit Art Gallery weten in een schriftelijke reactie op dit artikel. Maar het merk gaat er zeker komen oordelen merkstrategen in een bespreking met vakgenoten.

Leipzig vindt zijn weg wel, het blijkt agressiever en sterker dan verwacht. Helaas alleen voor de kunstenaar Lagrouw die met zijn merk de boot volledig heeft gemist.



Traduzione dell'articolo: **ITALIANO**

Leipzig il marchio che si è rivelato impossibile da catturare

Come (quasi) tutto è andato storto con il promettente marchio dell'artista italiano olandese Rob Lagrouw.

Il marchio forte Leipzig, creato da Lagrouw, è stato accolto nella scena artistica tanto quanto l'incarnazione di un nuovo importante movimento di cui il mondo dell'arte aveva così bisogno.

Cosa è andato storto

Chiedetelo alla critica d'arte Dorina la Colpa e non sa da dove cominciare.

"Era abbastanza inutile perché presto abbiamo scoperto che non ce n'era abbastanza".

"Il bisogno era alto, ma la promessa non è stata mantenuta".

Da un marchio acclamato e promettente a un marchio spento senza vita, è una posizione momentanea piuttosto triste per il marchio Leipzig apparentemente forte.

E poi ci sono i direttori dei musei delusi che hanno incolpato l'artista quando è diventato chiaro che Lagrouw non poteva consegnare neanche una frazione del suo marchio e soprattutto quando si è scoperto che il suo lavoro non era forte la metà di quanto promesso.

Come si è arrivati a questo

Una ricostruzione in tre atti.

1. La promessa

Mentre tutto è iniziato in modo così bello con la mostra di apertura nella famosa Katinka Smit Art Gallery. Sembrava un successo che stava per diventare un marchio davvero forte. Il mondo dell'arte ha risposto con entusiasmo e Lagrouw ha iniziato a produrre bene quando si è reso conto di quanta richiesta c'era per il suo marchio.

2. La pratica

Mentre Lagrouw si faceva il culo sulla sua collina italiana, i primi problemi sorsero nel mondo dell'arte. Il numero di visitatori è stato molto deludente e il marchio si è rivelato non essere in grado di mantenere le sue promesse. Poi anche la produzione si è fermata. Un Lagrouw oberato di lavoro dovette concludere che il marchio stesso gli aveva fatto uno scherzo.

Fingendo di essere meno forte di quanto non fosse, in realtà, il marchio Leipzig alla fine ha iniziato a condurre una vita propria, lontano dalla vista dell'artista e dalle aspettative eccessive del mondo dell'arte.

Si è scoperto essere l'inizio di uno strano soap.

Lagrouw cercò invano il suo marchio perduto e fu screditato nel famoso mondo dell'arte.

3. La speranza

L'artista Lagrouw è relegato da leader nella Branding Art a un perdente che non riesce più a trovare il suo marchio.

Ma forse dovremmo essere un po' più indulgenti su questo artista travagliato. Il marchio sembra condurre una vita propria al di fuori del circuito artistico e in realtà non se la cava affatto male nel mondo degli snowboarder e dei seguaci delle teorie del complotto.

Il mondo dell'arte ha scommesso completamente sul marchio Leipzig, ma è rimasto molto deluso dal marchio e dall'artista, come afferma Katinka della Katinka Smit Art Gallery in una risposta scritta a questo articolo. Ma questo marchio ce la farà sicuramente, come giudicato da alcuni noti strateghi del marchio in una discussione con i colleghi.

Leipzig troverà la sua strada, si rivelerà più aggressivo e più forte del previsto.

Purtroppo solo per l'artista Lagrouw che ha perso completamente l'opportunità del marchio da lui creato.

Destino del marchio forte dell'artista Rob Lagrouw

[Pagina home](#) / [Ultime notizie false](#) / [Destino del marchio forte dell'artista Rob Lagrouw](#)

[Clicca qui per abbonarti sulla newsletter di NCC News](#)

Le interviste di Franco Bollo

Di solito posso seguirti abbastanza bene, ma con il tuo marchio forte potrei averti perso per un po'.

Sì, creare un marchio forte è stato davvero un ottimo esempio della mia abilità artistica.

Ma cosa hai voluto dimostrare?

Quello che alla fine ha fatto. Creare un forte volume sul mio conto in banca.

Si diceva che dopo il successo iniziale avessi perso completamente il tuo marchio, ma ora sembra che lo abbia venduto a una multinazionale?

Sì, mi hanno fatto un'offerta che non potevo rifiutare.

Ma ancora una volta non hai fatto amicizia nel mondo dell'arte!

No ... una gallerista in particolare mi sta ancora inseguendo con una richiesta di risarcimento danni.

Qual è il tuo rapporto con il conglomerato commerciale Montblancbyjansen.com a cui apparentemente hai venduto il tuo marchio?

Tempo fa sono stato indirettamente coinvolto nella sua creazione, soprattutto perché vivevo nella zona e parlavo l'Inglese.

Di solito ti opponi alle multinazionali!

Sì, e nel corso degli anni ho anche visto MBbJ scivolare e diventare dei cattivi bugiardi senza scrupoli.

Ma non è terribile che tu ora diventi il loro prodotto?

Sì, ma questo vale per molti di noi e sfortunatamente non c'è modo di tornare indietro.

- [Altri articoli di Franco Bollo](#)
- [Altri articoli sull'arte](#)
- [Altri articoli sull'artista Rob Lagrouw](#)



Meestal kan ik je wel redelijk volgen, maar met jouw sterke merk was ik je toch even kwijtgeraakt.

Ja , een sterk merk creëren was dan ook echt een sterk staaltje van mijn kunstenaarschap.

Maar wat wilde je daar dan mee bewijzen?

Wat het uiteindelijk ook deed. Het creëerde een sterk volume op mijn bankrekening.

Het gerucht ging dat je na aanvankelijk succes je merk was kwijtgeraakt. Maar nu blij je het te hebben verkocht aan een multinational?

Ja, zij deden een voorstel waar ik geen nee tegen kon zeggen.

Maar in de kunstwereld heb je wederom geen vrienden gemaakt!

Nee, met name een galleriehouster zit me nog steeds achter de broek met een schadeclaim.

Wat is toch jouw relatie met het bedrijvenconglomeraat Montblancbyjansen.com aan wie je je merk blijkbaar hebt verpatst?

Ooit ben ik zijdelings betrokken geweest bij de oprichting ervan. Dat ik in de buurt woonde en Engels spreek was nog de belangrijkste reden.

Meestal spreek je je nogal uit tegen multinationals!

Ja , en MBbJ heb ik in de loop der jaren ook zien afglijden tot leugenachtige en gewetenloze schurken.

Maar is het dan niet verschrikkelijk dat je nu zelf hun product blijkt te zijn?

Ja maar dat geldt voor velen van ons en er is helaas geen weg meer terug.



Translation of the NCC article: **ENGLISH**

Usually I can follow you reasonably well, but with your strong brand I might have lost you for a while.

Yes, creating a strong brand was really a great example of my artistry.

But what did you want to prove with that?

What it eventually did. It created a strong volume in my bank account.

It was rumoured that after initial success, you had completely lost your brand, but now it appears that you have sold it to a multinational?

Yes, they made me an offer I could not refuse.

But again you haven't made friends in the art world!

No, one female gallery owner in particular is still chasing me with a damage claim.

What is your relationship with the business conglomerate Montblancbyjansen.com to whom you apparently sold your brand?

I was once indirectly involved in its creation, mostly because I was living in the area and speaking English.

Usually you speak out against multinationals!

Yes, and over the years I have also seen MBbJ drift into lying and unscrupulous villains.

But isn't it terrible that you now turn out to be their product?

Yes, but that is true for many of us and unfortunately there is no way back.