



Door de bril van frances 2018: TOP EN TIPS

Deze keer blikt frances toch nog even terug op 2018. Het eindejaar was de tijd van de lijstjes. In navolging van de top 2000 presenteert zij haar top 3. Wat vindt zij interessante ontwikkelingen? Waar heeft zij haar bedenkingen bij? Deze keer kijkt zij verder dan puur productgericht. De tophema's zijn aangevuld met tips. Zij eindigt met een persoonlijke noot.



Walter Knoll – Bundle sofa, design E00S

Een top 3 opstellen is geen sinecure. Hoe maak je een selectie? Blijf je binnen de branche, of kijk je verder? Waarom dit wel en dat niet. De laatste maanden liggen natuurlijk nog vers in het geheugen. Maar wat speelde aan het begin van het jaar? Hoe dan ook, stond 2018 in het teken van de volgende mijlpalen.

Cradle-to-cradle

De ecologische mindset wordt mainstream. Het blijft niet bij woorden of trendy marketing-statements — zoals ooit gebeurde bij het ‘maatschappelijk verantwoord ondernemen’. Wat dat betreft, laat de consument zich steeds minder wijsmaken. In deze categorie vind ik het Resleep-concept van Veldeman top, gevolgd door het circulaire matras van Auping en DSM-Niaga. Maar daar blijft het niet bij.

Kijk eens wat het aanstormend designtalent bedenkt. De modulaire sneaker Up-Part van Lucille Nguyen, waarvan versleten onderdelen vervangen kunnen worden. Een nieuw plaatmateriaal gemaakt van gedroogde paardenmest. Om precies te zijn: 80% mest, de rest kalk, water en bio-afbreekbare lijm. Martijn Straatman heeft hiervan zeer toepasselijk, stalmeubilair gemaakt: Manureality. Klinkt raar?

Eigenlijk niet, want mest wordt al eeuwenlang gebruikt voor huizen, m.n. in Afrika en delen van Azië. Instinctmatig is het misschien wennen. Maar stel je voor, het koeienmest-probleem opgelost!

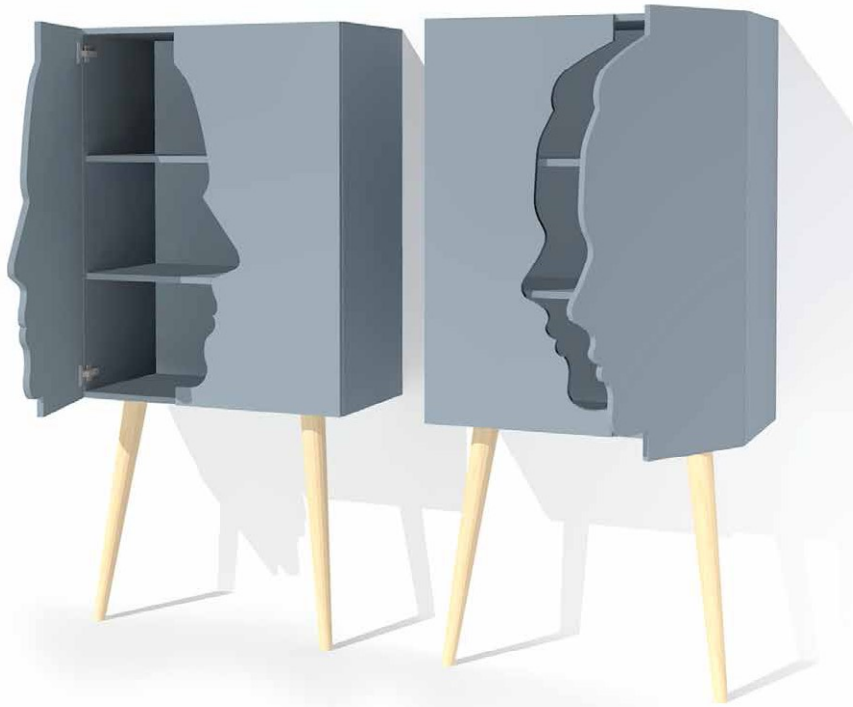
How it's made

Storytelling wordt gevisualiseerd in video's.

De ‘how to’ items scoren goed op internet. How it's made? How it's designed? How it's created? In het visueel ingestelde tijdperk zijn video's een must.

Onze branche is behoorlijk ondervetegenwoordigd op het Youtube kanaal. De Nederlandse inbreng is bij wijze van spreken, op een hand te tellen. Daarom alle lof voor degene die er wel in investeren. Een prachtig voorbeeld is de video van designer Rick Tiggelaar over zijn Meshmatics Chandelier voor Moooi. Absoluut verrassend is de filmpremière van Kluskens meubelcreaties: een bijzonder sfeervolle impressie over de productie. Het begint en eindigt met een machtige eik... Hiermee is dus gezegd dat een video niet enkel voor grote, internationale bedrijven weggelegd is. Bij de buitenlandse producties, scoort Walter Knoll hoog met 13 nieuwe filmpjes op Youtube. Ze gaan o.a. over het ontstaan en het concept van een design (de Bundle sofa, de Foster 620) tot





Castelijl - de RP-leunkast met profieldeuren, design Coen Castelijl

een eerbetoen aan vakmanschap. Echt anders dan anders is de animatie Emeco over het verhaal van de aluminium stoelen (een initiatief van Dezeen.) Is een video een (budgettaire) stap te ver? Dan kan ik de instagam accounts van 'details furniture' en 'super chairs' aanraden. De meubels zijn stuk voor stuk zo verleidelijk en inspirerend gefotografeerd! Beelden zeggen meer dan woorden: dat geldt tegenwoordig meer dan ooit. Ik vraag me af in hoeverre de dealers de video's van de fabrikanten benutten... Je kunt ze gewoon in je website (laten) integreren. Je kunt ze via je social media delen om meer likes en follows te genereren. Dat helpt allemaal om je google-ranking te pushen. En je kunt je collecties meer diepgang geven, je zaak sterker profileren als de bron van inspiratie en vakkennis. Mooie beelden zeggen inderdaad meer dan woorden en cijfers.

Anti-wegwerp

'Hands on design' geeft meubels een ambachtelijke look & feel, plus een emotionele meerwaarde.

Deze doe je niet zomaar weg, die wil je bewaren! Dat druist gelukkig dwars in tegen de wegwerp-mentaliteit. (De textielbranche ligt momenteel onder vuur, als het schrikbeeld!) Bij hands-on-design maken details het verschil. Het industriële product onderscheidt zich door een ambachtelijke touch. Neem de sierlijke verstekverbinding

bij het Yoma bed van Zeitraum. Het summum? De profiel-leunkasten van Castelijl: de deurfronten volgen het profiel van je man, vrouw, (klein)kind. Dat roept associaties met figuurzagen of Montmartre op. Hoe emotioneel en generatie-bestendig kan customizen zijn? Zo'n leunkast is een kunstwerk dat je jarenlang koestert, generaties lang. Een familie-erfstuk!



Zeitraum - Yoma, design KaschKasch

Blogging

Los van deze top 3, is 2018 voor mij het jaar van mijlpalen. Uiteraard de maandelijkse column voor Interior Business, waarvoor Richard spontaan de naam 'Door de bril van' bedacht heeft. Plus eindelijk de officiële start van mijn b2c-blog: franteresting. Daarin post ik over interessante 'things & thoughts' over het interieur & meer... Dat varieert van handsfree sneakers, de Y als nieuwe letter in het keukenalphabet tot small living en 'design for ageing = design for all'. In beide gevallen zijn reacties altijd van harte welkom.

Lest best, wens ik iedereen een fantastisch 2019!

francesl franpress
frances@franpress.nl