



Fokkema & Partners Architecten, Delft

Digitaal zeefdrukken

oud proces in nieuwe jas

Toen Fokkema & Partners Architecten uit Delft een ontwerp maakten voor het Stadhuis Amsterdam moesten logo en belettering in het meubilair verwerkt worden. Het materiaal van de meubels was voornamelijk berken multiplex. Bestickeren lag voor de hand, maar is geen duurzame oplossing in een publieke ruimte. Een special paint ofwel pinstriping paste niet in het financiële plaatje. De oplossing zat in het digitaal zeefdrukken van het berken multiplex. Onbehandeld trekt de inkt als een beits in het hout waardoor deze een wordt met het materiaal. Dit oude proces in een nieuwe jas gestopt zorgde voor een duurzame oplossing op een milieuvriendelijk geproduceerd materiaal. Het digitale proces gaf ons bovendien de mogelijkheid elk gewenst model uit te tekenen en te maken.



Concern, Amsterdam

Vilt

unieke kleuren

Vilt is zacht, warm, kleurrijk, sterk en akoestisch. Onlangs hebben wij een project met Concern Architecten uit Amsterdam gedaan waarin vilt custom made op de balie elementen aangebracht werd. Uniek daarbij was dat de kleur van het vilt gemaakt werd van wortelsappen; een verwijzing naar opdrachtgever ZLTO.



Merkx+Girod, Amsterdam

Polyester

sterk en licht

Polyester is niet nieuw, maar wel nieuw te noemen in de interieurbouw. Het is een duurzaam product dat bij gebruik alleen maar mooier wordt. Polyester heeft een lange levensduur: vervanging door verarming komt nagenoeg niet voor. Met polyester kan bijna alles gemaakt worden. Het is sterk en licht. Dat alles geeft de ontwerper veel vrijheid. Wij werken in of op de mal, maken unica of seriematige producten en kiezen een afwerking die varieert van glans tot mat. Het hergebruik van fijngemalen polyester is in ontwikkeling. Het wordt bijvoorbeeld toegepast als rug van vloerbedekking.

tekst en beeld: Maja Kozel

'Asap please!'



Asap of zsm. Dat is hoe de markt in de Verenigde Arabische Emiraten op dit moment werkt. Alles moet zo spoedig mogelijk, het liefst gisteren nog. Dus daar zit je dan: binnen één dag moet je een geweldig ontwerp leveren dat ook nog eens binnen het budget van de klant valt. De waanzin van 2007 heeft plaatsgemaakt voor werken met een budget. De vergoedingen zijn laag, maar de verwachtingen zijn hoog. Binnen het budget moet wel kwaliteit geleverd worden.

Laast ben ik geïnterviewd voor een lokaal interieurtijdschrift Commercial Interior Design. De vraag die voorlag was: 'Hoeveel moet je als ontwerper investeren om een opdracht te krijgen?'

De concurrentie is enorm in de regio. Zelfs grote architectenbureaus mengen zich steeds vaker in de strijd om de wat kleinere, commerciële projecten. Dit komt natuurlijk doordat er in hun eigen werkveld minder opdrachten te verdelen zijn. Het blijft lastig. Als je mee wilt doen in de markt, moet je je talent laten zien. En dan moet je zelf tijd en geld investeren in een mooie presentatie.

Een goed voorbeeld is onze deelname aan een aanbesteding van een grote staalfabriek in Abu Dhabi. Er werd een nieuw kantoorpand op hun erf gebouwd van ongeveer 4000 vierkante meter (drie verdiepingen). De aanbesteding ging om het interieurontwerp van dit nieuwe kantoorgebouw.

In elke Intern bericht BNI-lid Maja Kozel vanuit Dubai over wat zij meemaakt en welke ervaringen zij opdoet in de Verenigde Arabische Emiraten.



Een geweldig project. Binnen een week hebben we een volledige ontwerp presentatie gemaakt met een budget voorstel. Het was erg spannend toen we met ons team de boardroom binnen liepen om ons ontwerp te presenteren. Een gezelschap van twintig mensen vuurde vragen op ons af. Het belangrijkste van deze presentatie was dat wij niet alleen het ontwerp wilde winnen maar ook de uitvoering ervan.

De ontwerp fase hebben we gewonnen en nu, een paar maanden later, hebben we inderdaad ook de uitvoering gewonnen. Deze week beginnen we aan de bouw van het interieur. Daar ging wel wat aan vooraf. Het was een zware competitie en we hebben onze prijzen sterk moeten bijstellen. Ook hebben we op een aantal punten op kosten moeten bezuinigen, zonder het ontwerp aan te tasten.

Maar wat vooral meespeelt is dat wij al tot in detail bij het project betrokken waren. We hebben tijdens de ontwerp fase een goede relatie opgebouwd met de klant. We hebben goed geluisterd naar zijn wensen en zijn tot een geweldig ontwerp gekomen. Kortom: we hebben laten zien wat onze kwaliteiten zijn en de klant overtuigd van de toegevoegde waarde om ons ook in te zetten voor de bouw van het interieur.

Af en toe moet je iets meer willen en kunnen doen om een project te winnen. Zonder jezelf hierin te verliezen en nog wat aan de verbeelding over te overlaten. Je moet passie tonen en daarmee de klant bij de hand nemen door de ontwerp fase. En tegelijk laten zien dat je kwaliteit kunt leveren.

ik@majakozel.com

