

# Driving Dutch Design

*Initiated by ABN AMRO, BNO & Capital D*

# The Entrepreneurial Focus

**LICHTING 2013**



# Driving Dutch Design The Entrepreneurial Focus Lichting 2013

DAJO BODISCO MASSINK (KRUX AMSTERDAM), STUDIO NIC ROEX, FRANK WESTLAND EN SJOERD VAN WIJK (DOUBLEYOU), MICHIEL GELUK EN BARTH VRIJLING (VRIJLING & GELUK), DAPHNE VAN MOURIK, SANNE KISTEMAKER EN NEELE KISTEMAKER (MUZUS), MICHELLE VAN MIL (VEEMEE VISUALS), MARTINE MATHIJSEN (NOFT), JOSINE OVERDUIN, DRIES VAN WAGENBERG, ALEJANDRA HUERTA, MARJAN VELTKAMP (FIELDS), AOIFE WULLUR EN TOM DISSEL.

# Introductie

In de designwereld excelleren creatieve, talentvolle en vaak jonge ondernemers. Veel van hen die net een eigen bedrijf/label zijn begonnen hebben behoefte aan ondersteuning en begeleiding bij de zakelijke kant. Vanuit die behoefte hebben ABN AMRO, BNO & Capital D een serie masterclasses ontwikkeld voor jonge, veelbelovende ontwerpers: Driving Dutch Design.

Gedurende 9 maanden hebben meerdere bedrijven en instellingen hun kennis over gedragen aan 15 jonge designers. Daarnaast heeft elke designer voor diezelfde periode een persoonlijk coach gekregen. Dit zijn bankers van ABN AMRO die hier speciaal een training voor hebben gekregen.

In de hierop volgende pagina's presenteren de designers van DDD lichting 2013 zich. Wie zijn ze, wat doen ze en wat is hun ervaring met de masterclass? Ook delen de kennispartners en coaches hun ervaring.

Ben je, als designer, geïnteresseerd in deze masterclass, kijk dan op pagina 36 waar je meer informatie aantreft. Zien wij jou in Driving Dutch Design lichting 2014?

#### **ABN AMRO**

Ilona Roolvink

-

#### **BNO**

Patrick Aarts & Lidewij Veenland

-

#### **Capital D/DDW**

Martijn Paulen

## Dajo Bodisco Massink Krux Amsterdam

Initiated by four young designers in 2011, Krux is an innovative 1500 m<sup>2</sup> workspace on the banks of the Rijnkanaal in the city of Amsterdam. Designed as an efficient setting to research, create and produce, the space has been conceived in the image of a street, in which designers, artists and craftsmen interact, share knowledge, ideas and tools.

25 multidisciplinary members work in individual studios and benefit from communal facilities. Thanks to the variety of mediums available, they can experiment and produce in a stimulating environment.

Krux is a local and international platform that creates spaces, exhibitions, events and organizes lectures and workshops to reflect on industry, craftsmanship, economy and society.

By hosting guests and artists in residency, Krux is part of a network of young european creatives for exchange and production.

[www.kruxamsterdam.eu](http://www.kruxamsterdam.eu)

The power of sharing.



Nic Roex

## Studio Nic Roex

Studio Nic Roex is a furniture, product and interior design studio based in Amsterdam. The team of Studio Nic Roex consists of designer Nic Roex and business partner Jeske Kapitein. Studio Nic Roex' work is characterised by sharp construction and strong lines, combined with familiar shapes, elements and techniques. By exposing these processes, Studio Nic Roex aims to actively involve the viewer in their designs.

Locations Studio Nic Roex during Dutch Design Week:

- Klokgewbouw Composed Exhibition
- Exhibition Crowdy House, Inrijkmuseum Dommelstraat 2a

[www.studionicroex.com](http://www.studionicroex.com)

Immediate acceptance of the presented material is not the purpose of our work. Our designs confront the viewer with familiar and established processes, elements, shapes and techniques, in a transparent manner. This unexpected approach to their combination and application elicits curiosity and interaction.



## Frank Westland & Sjoerd van Wijk **Doubleyou**

### *Productontwikkeling op maat*

Wij staan voor de ontwikkeling van innovatieve en duurzame gebruiksproducten. De dienst van Doubleyou omvat product design, engineering en de begeleiding van prototyping en productie. Voorbeelden van succesvol ontwikkelde producten zijn: elektronica behuizingen, afstandsbedieningen voor industriële toepassingen en hulpmiddelen voor de zorg.

Onze werktuigbouwkundige achtergrond stelt ons in staat commercieel haalbare producten te creëren. Goede materiaalkeuze en slimme engineering levert besparing op de ontwerp- en productiekosten. Kosten efficiënt ontwerpen leidt zo tot haalbare concepten en winstgevende producten. Kunnen wij van meerwaarde zijn bij de ontwikkeling van uw nieuwe product? Wij horen het graag.

[www.doubleyou.nl](http://www.doubleyou.nl)



## Bartholomeus Vrijling & Michiel Geluk **Vrijling & Geluk**

Wij zijn een ontwerpbureau met twee gezichten. Elke dag houden wij ons bezig met onze passie, het ontwerpen van consumenten producten. Dit doen wij voor bedrijven, maar wij creëren en produceren ook onze eigen producten.

De vrijheid van onze eigen projecten gebruiken we om te experimenteren en de grenzen op te zoeken van materialen en productie technieken. De geleerde lessen worden toegepast in projecten voor bedrijven.

Naast het vervullen gebruikers behoeften, willen wij ook een positieve sociale en ecologische impact realiseren. Daarom streven wij in al ons werk naar ingenieuze eenvoud.

Eenvoud in vorm, functie & productie, hierdoor ontstaan eerlijke tijdloze producten.

[www.vrijlingengeluk.nl](http://www.vrijlingengeluk.nl)



Wij creëren ingenieus eenvoudige producten.

## Daphne van Mourik

Daphne van Mourik wil mensen inspireren en verbinden door ze met elkaar in gesprek te brengen. Zij ontwikkelt concepten om verbindingen te leggen. Één van haar producten is het *netwerkkleed*.

Het *netwerkkleed* is een spel in de vorm van een tafelkleed dat op een effectieve maar ontspannen manier een netwerkervaring verzorgt. Tijdens dit 'diner' snij je geen vlees aan, maar een onderwerp. En je mag opscheppen, geen groenten maar over jezelf.

Door de intieme setting en door de juiste vragen te stellen is het *netwerkkleed* een ijsbreker die zorgt voor concrete output.

Het *netwerkkleed* kan worden ingezet tijdens netwerkbijeenkomsten en voor kennismakingen binnen organisaties (bijv. bij een fusie) en kan op maat worden ontworpen.

[www.daphnevanmourik.nl](http://www.daphnevanmourik.nl)  
[www.netwerkkleed.nl](http://www.netwerkkleed.nl)





## Sanne & Neele Kistemaker Muzus

Muzus ontwerpt nieuwe producten en diensten door op een sprankelende manier inzicht in en empathie voor de eindgebruiker te ontwikkelen en dit concreet te vertalen naar nieuwe kansen en mogelijkheden. Door de gebruikerscontext op een inspirerende manier in kaart te brengen gaat feitelijke informatie leven, krijgen producten en diensten waarde en kan een organisatie in al zijn facetten aansluiten bij haar klant.

In de transitie van technologie naar user-centered innovatie, staan gebruikers meer centraal en worden zij het referentiepunt voor strategische keuzes. Het vraagt bedrijven verder te kijken dan traditionele innovatie methoden. Ontwerpendenken zit in onze natuur en is de kern van ons bedrijf. Dit zetten wij in om samen met onze klanten te innoveren, en zo latente behoeften om te zetten in concrete ontwerpen.

[www.muzus.nl](http://www.muzus.nl)  
[www.aantafelkleed.nu](http://www.aantafelkleed.nu)

Door het begrijpen van motivaties van mensen komen feiten tot leven... en worden oplossingen krachtig, waardevol en toekomstgericht!



## Michelle van Mil VeeMee Visuals

Vj VeeMee creates eye-candy since 2010. Michelle van Mil (known as Vj VeeMee) is specialized in live visual performances and content creation, with experience around 150 shows all throughout The Netherlands and Europe. Solo or with her VeeMee-team she works on a large scale of multiple vj-productions. With great passion we love to rock the screens and stages day in, day out.

Visual support for events and concerts including: live visual performance, content creation, fashion shows, videomapping, 360° degrees projection, performance mapping, business events, videoclips & many more.

[www.veemee-visuals.com](http://www.veemee-visuals.com)

VeeMee Visuals creates eye-candy to rock your screens and stages.



## Martine Mathijsen NOFT

Martine Mathijsen van NOFT is sterk in het visualiseren van concept en identiteit. Ze creëert creatieve en verfrissende concepten voor opdrachtgevers uit de architectuur, lifestyle/design, citymarketing en retail branche. De visuele identiteit wordt consistent doorgevoerd; van drukwerk tot pop-up store, van bewegwijzering tot tentoonstelling. NOFT ontwerpt ruimtelijke communicatie met als doel bezoekers te informeren, enthousiasmeren en mee te nemen in een beleving.

Voor It's Fashion Weekend op 6 en 7 september 2013 in Eindhoven, organiseerde en ontwikkelde NOFT i.s.m. curator Justine Kontou, de visuele identiteit en alle grafische uitingen voor dit nieuwe evenement; 60.000 flyers, 30.000 programmakranten, 5000 tote bags, diverse buitenmedia, online media en de routing/signing door de binnenstad van Eindhoven.

[www.noft.nl](http://www.noft.nl)

We have to become visual engineers, our tools are surprise, empathy and beauty.



# Josine Overduin Ontwerp

Museale grafische vormgeving  
(tentoonstellingsontwerp), affiches,  
brochures en ander drukwerk,  
huisstijlen, gelegheidsdrukwerk,  
ontwerpadvies.

[www.overduinontwerp.nl](http://www.overduinontwerp.nl)

Grafische communicatie in een ruimtelijke omgeving.

reculer pour mieux sauter



## Dries van Wagenberg

*Evenwicht* tussen vorm, vraag en functionaliteit, producten die overtuigen in de bruikbaarheid, maar ook verrassen. Dat is waar Dries van Wagenberg naar streeft in zijn ontwerpen.

*Bruikbaarheid* staat voorop, maar een tweede laag is altijd aanwezig. Een verhaal, oplossing of inzicht geven de ontwerpen een extra kracht.

*Gezamenlijke ontwikkeling* is een belangrijk deel van het proces. Vragen stellen, schetsen en prototypes maken, zorgen voor een product waar alle betrokkenen trots op zijn.

[www.vanwagenberg.com](http://www.vanwagenberg.com)

Zoeken naar de essentie van een vraag en het antwoord vorm geven.



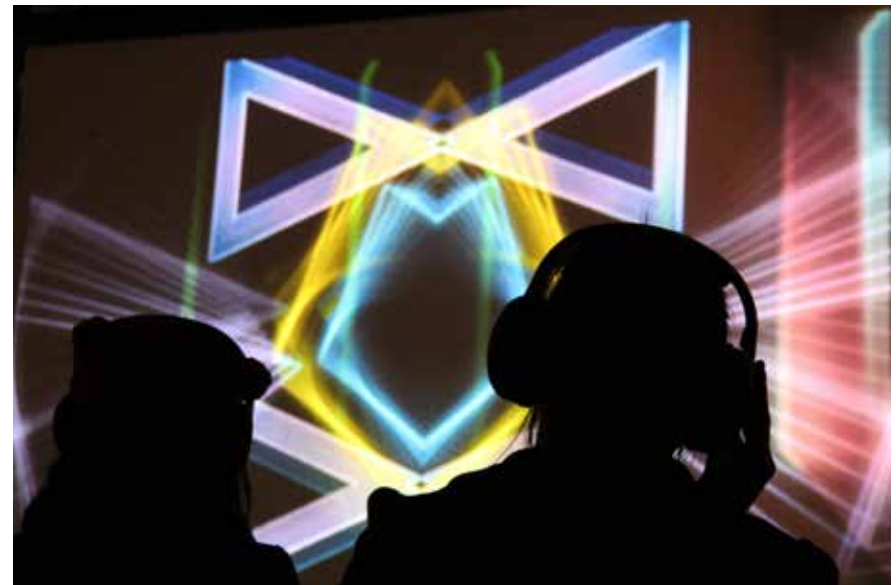
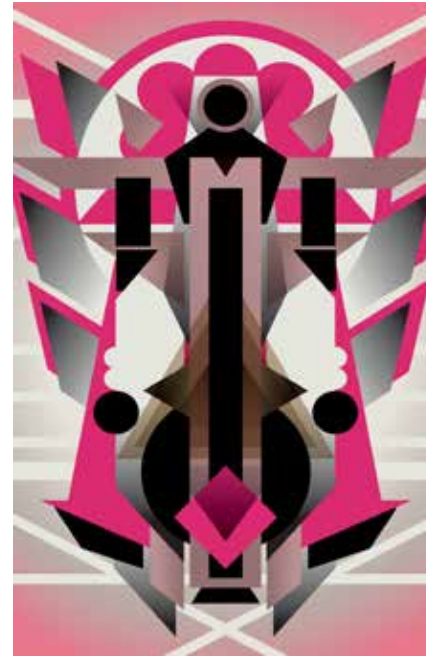
## Alejandra Huerta **Alerta**

Alejandra Huerta / Alerta creates her art through Geometric Folklore (GF). This style of symmetric figures and vibrant colors is based on symbols and folkloric expression from native cultures. As Alejandra was born in Chili, her roots have naturally drawn her towards folkloric designs. From her studio/shop in Rotterdam she creates this distinctive style expressed through graphic design, illustrations, murals, animations, and live VJ-mixes as "VJ Alerta".

She has built a collection of social interactive artworks and handmade products such as posters, greetings cards, tote bags and more.

"I am always exploring ways to connect with people and inviting them into my Geometric Folklore universe".

[www.alejandra.nl](http://www.alejandra.nl)



Connecting to you through Geometric Folklore.

## Marjan Veltkamp **Fields**

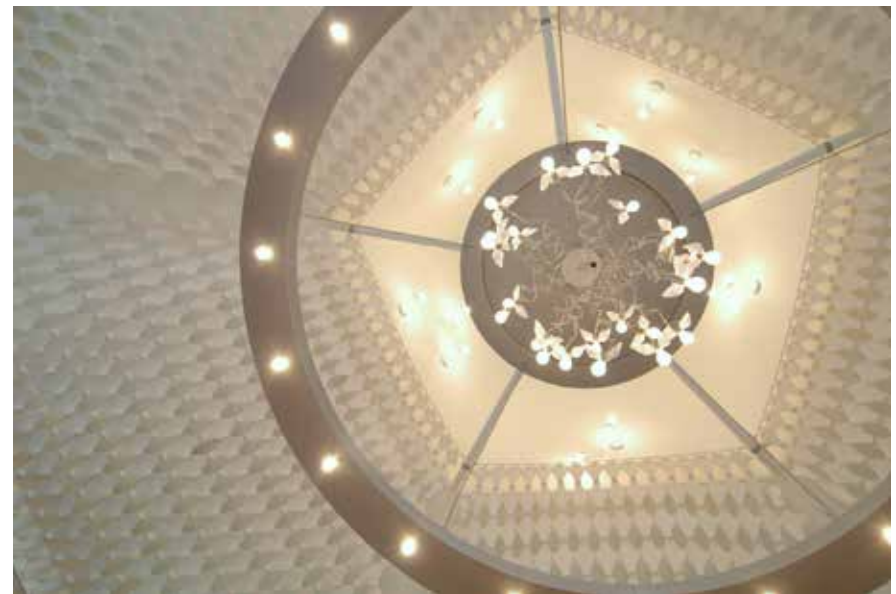
Fields verbetert de sfeer, leefbaarheid en de akoestiek van ruimtes. Doordat er veelal harde materialen in interieurs wordt gebruikt, verandert daarmee ook de sfeer en de akoestiek van de ruimte. Mensen ervaren hun interieur als kil, onbehaaglijk en ze verstaan elkaar niet goed.

Er zijn standaardoplossingen op de markt, maar die missen sfeer en uitstraling.

Fields maakt objecten van 100% wolvlit die heel divers zijn: van een glooiend plafond tot een speelse roomdivider of een accent op de wand.

Fields maakt voor elk project een uniek ontwerp wat aansluit bij de architectuur, het gebruik, en de gebruikers van het gebouw.

[www.fields.co.nl](http://www.fields.co.nl)



Fields, de stilte vormgegeven.

## Aoife Wullur

Aoife Wullur's projecten gaan over techniek, transparantie, authenticiteit en de menselijke beleving.

Het is conceptueel design met een technologische inslag. Wullur's werk zoomt in op onze snelgroeiende behoefde om steeds meer elektronische producten te gebruiken, zonder dat we werkelijk begrijpen of zien hoe ze technisch werken. Ze opent deze gesloten elektronische wereld met haar projecten *Light Divider* en *Shades of Light*.

Wullur's balans tussen techniek en schoonheid wordt door een internationaal publiek als hoog innovatief, talentvol en betoverend omschreven. Er wordt door Aoife Wullur gezocht naar een sparring partner/partij om samen deze veelbelovende stappen richting productie te gaan zetten.

[www.aoifewullur.com](http://www.aoifewullur.com)

Ontwerpen is het vormgeven van verhalen.





## Tom Dissel

Project I: *Particles*, (in samenwerking met Ferry Meewisse)  
Producent: Gelderland  
[www.gelderlandgroep.com](http://www.gelderlandgroep.com)

Een drinkpakje gaf inspiratie voor het nieuwste meubel uit de Gelderland collectie. Ontwerpers Ferry Meewisse en Tom Dissel raakten geïntrigeerd door de gevouwen vorm en ontwikkelden de particle, een lederen kruk. De kruk wordt gemaakt uit één stuk huid. Door de speciale manier van stikken en vouwen is gaat er amper materiaal verloren. De kruk is verkrijgbaar in twee kleuren semi aniline wax leder. De kruk is een ideale bijzetter naast de bank. Of gebruik hem om actief op te zitten.

Project II: *Inside Out*  
Producent: Label  
[www.label.nl](http://www.label.nl)

Inside Out is een goed zittende stoel met een goed verhaal in de filosofie van Label: eerlijk vakwerk met eerlijke materialen. 'Leer is heel sterk, flexibel en duurzaam en moet juist het ontwerp en karakter van een meubel bepalen', aldus Tom Dissel. 'Door het leer om het frame te vouwen en te stikken worden de natuurlijke vormen en plooien van het leer benadrukt en is zowel de binnen- als buitenkant van dit mooie materiaal zichtbaar.' Al met al een stoel met een hoge aibaarheidsfactor en mooie details, die door het elegante frame hoog op de poten staat. Tom Dissel studeerde met Inside Out in 2011 af aan de Design Academy in Eindhoven en won er datzelfde jaar de Elle Decoration Design Talent Award mee.

[www.tomdissel.nl](http://www.tomdissel.nl)

Het idee wordt een experiment, het experiment manifesteert zich tot product.



## ABN AMRO - Hotspots

ABN AMRO is zich bewust van het belang van Dutch Design voor de Nederlandse economie en heeft zich daarom verbonden aan de Dutch Design Week. Ons partnerschap begon in 2009 en is in 2011 uitgegroeid ABN AMRO tot hoofdsponsor Dutch Design Week.

ABN AMRO verbindt zich aan de Dutch Design en Dutch Design Week om haar contacten en branchekennis ten goede te laten komen aan zowel gevestigde ondernemers als nieuwe talenten. Juist de uitwisseling van kennis en informatie is erg belangrijk en draagt bij tot het smeden van duurzame banden tussen het publiek, de bedrijven en de ontwerpers, aldus Sponsoring Manager van ABN AMRO, Ilona Roolvink.

De bank wil graag bijdragen aan het stimuleren van ondernemerschap en de verdere ontwikkeling van de creatieve industrie in Nederland. Daarom is mede op initiatief van ABN AMRO de jaarlijks terugkerende Masterclass Driving Dutch Design opgezet.

Maar ABN AMRO wil niet alleen kennis overdragen, zij wil jonge designers ook letterlijk een podium bieden om zich te presenteren. In samenwerking met van Eijk & van der Lubbe zijn op 5 verschillende plekken in Eindhoven ABN AMRO Hotspots geplaatst waarin designers zich presenteren. Twee Hotspots staan op Strijp-S, een op het Stadhuisplein, een op het Stationsplein en een permanent podium in de centrale hal van het ABN AMRO kantoor aan de Vestdijk. Dit kantoor is recentelijk verbouwd en mede ingericht door 36 jonge designers onder het curatorschap van Miriam van der Lubbe.

De bijna 1 meter hoge vleugelmoer die geplaatst is op de Hotspots staat symbool voor iets in gang zetten en het met elkaar verbinden van twee of meer zaken, gelijk aan het doel van de Hotspots: jonge, talentvolle designers in verbinding brengen met andere partijen.



# Driving Dutch Design - Collaborative Business Forward!

Driving Dutch Design (DDD) nodigt in 2014 weer een groep startende creatieven uit om een jaar lang een serie masterclasses te volgen.

Dat designers uitblinken in creativiteit is duidelijk. Maar het is een hele uitdaging om deze creativiteit om te zetten naar daadwerkelijke inkomsten. Designers stuiten op vragen zoals: 'wat is de juiste rechtsvorm voor mijn bedrijf', 'hoe lees ik de behoeftes van de sector', 'hoe onderbouw ik mijn bedrijfsplan', 'hoe ga ik om met netwerken' en 'hoe profileer ik mijn bedrijf in de markt'.

## Product of Dienst?

Elke deelnemende designer prijst aan het begin van DDD zijn of haar product/ dienst aan waarop vervolgens de focus zal liggen gedurende het traject. Deze mag zich zowel in de conceptfase als in de realisatiefase bevinden. Het doel is om aan het einde van DDD de haalbaarheid van marktintroductie voor dit product/concept duidelijk te formuleren. En mocht je vooral in opdracht werken voor de klant dan

horen we graag over je specialisatie en denken we mee hoe je je het beste kunt profileren op de markt. De werkwijze is flexibel: designers geven aan waar zij tegenaan lopen en vragen over hebben.

Dit wordt vervolgens opgenomen in de inhoud van de masterclasses en waar nodig zal een nieuwe masterclass worden aangeboden.

## De Masterclasses

In een serie van bijeenkomsten worden de designers bijgestaan door experts uit het veld. Deze experts bieden de deelnemers extra expertise vanuit hun vakgebied.

## Personal Coaching

Daarnaast krijgt elke designer negen maanden een personal coach vanuit de ABN AMRO aangewezen. Dit zijn bankers met minimaal 10 jaar ervaring in projectmanagement en een persoonlijke interesse om jonge designers te ondersteunen in het realiseren van hun groeiambities. De cultuur is open waardoor men elkaar makkelijk kan en durft te benaderen.

Ben je entrepreneur of expert en wil je meedoen aan Driving Dutch Design 2014? Neem contact op met DDD [info@drivingdutchdesign.nl](mailto:info@drivingdutchdesign.nl)

## Interactive business event Drivers tijdens DDW13

Tijdens het evenement 'Drivers' staan de 15 ontwerpers die een pitch zullen geven over hun product of dienst centraal. Na afloop van de pitches kunt u deelnemen aan de matchmaking activiteiten en is er tijdens een netwerkborrel gelegenheid om nieuwe contacten te leggen. Driving Dutch Design wil nieuwe verbindingen leggen die leiden tot innovatie en inspirerende samenwerkingen voor u, uw bedrijf en de ontwerpers.

Drivers @DDW13  
Datum: 23 oktober 2013  
Tijd: 14.30 - 17.00 uur  
Locatie: ABN AMRO HOUSE  
Klokgebouw 50 (Strijp S)  
5617 AB Eindhoven

Wij hopen u namens ABN AMRO, BNO en Capital D te verwelkomen op dit evenement tijdens DDW13. Indien u wilt deelnemen aan 'Drivers', kunt u uw deelname bevestigen via [info@drivingdutchdesign.nl](mailto:info@drivingdutchdesign.nl)

6.995 ontwerpers vinden dit leuk.

De Beroepsorganisatie Nederlandse Ontwerpers ondersteunt ontwerpers en ontwerp bureaus bij hun dagelijkse werk. Met zakelijk en juridisch advies, via trainingen en informatie over het vak. Maar ook door zich sterk te maken voor goed opdrachtgeverschap en eerlijk aanbestedingsbeleid. Hiervan profiteren inmiddels zo'n 6.995 aangesloten ontwerpers. Zodat zij zich kunnen concentreren op het belangrijkste: het maken van goed ontwerp.

[bno.nl/lidworden](http://bno.nl/lidworden)

#### COLOFON

Driving Dutch Design 2013

#### Drivers

Dajo Bodisco Massink (KruX Amsterdam)  
Tom Dissel  
Alejandra Huerta (Alerta)  
Michiel Geluk en Barth Vrijling (Vrijling & Geluk)  
Sanne Kistemaker en Neele Kistemaker (Muzus)  
Martine Mathijssen (Noft)  
Michelle van Mil (Veemee Visuals)  
Daphne van Mourik  
Josine Overduin  
Nic Roex (Studio Nic Roex)  
Marjan Veltkamp (Fields)  
Dries van Wagenberg  
Frank Westland en Sjoerd van Wijk (Doubleyou)  
Aoife Wullur

#### Kennispartners

Wendy Bakker, NEC  
Richard Heesen, Getting Social  
Cees Hoogendoorn, Syntens  
Ernst Houdkamp, Scherperstellen voor Cultuur en Ondernemen  
Manolo Márquez, ABN AMRO  
Erik Nibbering, EY  
Michiel Odink, Baker & McKenzie  
Anouk Siegelaar, BNO  
Astrid van Spronsen, Markita.nl

#### Coaches ABN AMRO Foundation

Philip Bokeloh  
Mark van den Berg  
Jantien Brillenburg  
Josien Fledderus  
Eva Ghysels  
Ellen Hollander  
Karel van der Krieken  
Rebecca Stevens  
Marielle Versluis  
Henk Paul Visser  
Gaby Walraven  
Victoria Waney

#### Credits beelden

Bas Berends - Shades of Light by Aoife Wullur  
Nick Bookelaar - It's Fashion Weekend by NOFT  
Berbera van den Hoek - Vino 12 Winerack by Vrijling&Geluk  
Gijs Ooms - 365 Dries van Wagenberg in samenwerking met Michiel de Greef  
Cabinet 45 in samenwerking met Josef Bleresch  
Christiaan Tobé - VeemeeVisuals@IntentsFestival.nl  
Morgan Rio - Alerta

#### Speciale dank aan

Ilona Roolvink, Sponsoring Manager ABN AMRO  
Markolijn Soelaksana, starter DDD pilot 2012  
Patrick Aarts, BNO  
Rob Huisman, BNO  
Hans Robertus, Capital D  
Robert Bronwasser, Ambassadeur DDW12  
Veronika Hekking, Cultuur en Ondernemen  
Inge Postma, ABN AMRO Foundation  
Selma Custers, ABN AMRO Foundation  
Joris van Gelder, Ministerie van Nieuwe Dingen  
Matthijs Sluiter en Helma Bovens, Studio het Mes  
Miriam van der Lubbe, Eijck & van der Lubbe  
Paul van Warmerdam, Xerox  
Inge Oudenaarde, DDW  
Ellen Ras, DDW

#### Projectcoördinatie DDD

Lidewij Veenland, BNO

[info@drivingdutchdesign.nl](mailto:info@drivingdutchdesign.nl)  
[www.drivingdutchdesign.nl](http://www.drivingdutchdesign.nl)

Alle beschrijvingen en gegevens van de publiceerde projecten zijn gebaseerd op het materiaal zoals dat is ingezonden door de deelnemers aan de publicatie Driving Dutch Design Lichting 2013. De redactie is niet verantwoordelijk voor onjuistheden of onvolledige vermelding van projectgegevens.

Deze uitgave is mogelijk gemaakt door ABN AMRO, hoofdsponsor Dutch Design Week 2013.

© 2013 ABN AMRO



CAPITAL



DESIGN  
COOPERATION  
BRAINPORT