

door Lourens Touwen
fotografie: Paul Tolenaar en Lourens Touwen

Als het maar blinkt, is het al design tegenwoordig

Wouter Konings in zijn studio



De NDSM-werf, een voormalige scheepswerf aan de IJ-oever in Amsterdam-Noord, is een centrum voor subcultuur. De werf is met zijn 84.000 m² meer dan tien voetbalvelden groot. In de NDSM-loods en creatieve broedplaats bevindt zich het kantoor van Wouter Konings; konings industrial design. Wouter Konings ontwikkelde het NEMS-systeem, dat in samenwerking met Laarhoven design Amsterdam en Laarhoven design International voor Nike wordt geproduceerd en wereldwijd wordt gedistribueerd.

Nike was op zoek naar een bedrijf dat zowel het ontwerp als productie kon doen van een nieuw te ontwikkelen reizend productdisplay. 'Met deze vraag kwamen ze ook bij mij terecht via internet. Mijn core busines is echter het maken van een ontwerp. De daadwerkelijke productie laat ik liever aan anderen over. Zo ben ik terecht gekomen bij Laarhoven design.'

“Pitches zijn een slechte manier van ontwikkelen”.

Naast konings industrial design schreef Nike nog 3 leveranciers aan, waarvan één hun vaste leverancier, Kubik, op het gebied van events was. Nike schreef een pitch uit met een uitgebreide briefing. Wouter Konings: 'Pitches met een briefing vind ik een slechte manier van ontwikkelen omdat je tijdens het ontwikkelingsproces vaak tegen allerlei verschillende belangen aanloopt. Het kan zijn dat je in een briefing vooraf zegt dat een bepaalde producteigenschap een harde eis is. Maar tijdens de ontwikkeling kan blijken dat als je die eis laat vallen, maar wel alle andere eisen kan doorvoeren, je uitstekend aan de doelstelling voldoet. Maar wel met een heel andere mix van wensen en eisen.'

Wouter Konings is er heel duidelijk in; 'Bij een pitch vraag ik altijd een vergoeding voor de kosten en ik maak direct duidelijk dat ik het samen wil doen; ik bedenk iets, klant kan reageren, ik pas weer aan, etc. etc. Er moet dus sprake zijn van een echte wisselwerking.'



Nike koos uiteindelijk voor het design en ontwerp van Wouter Konings. Hij is toen direct op zoek gegaan naar de juiste partner voor de productie. Bij Laarhoven design liep hij eerst tegen wat barrières aan. 'Ik wist vanuit mijn NPK-tijd dat jullie productiefaciliteiten hadden in Leiderdorp. Ik wist dat jullie het konden maar kwam er moeilijk doorheen bij jullie in Leiderdorp. Na een paar telefoontjes werd me duidelijk dat ik het persé via een vestiging, in dit geval Amsterdam, moet regelen. Zo ben ik bij Floris Hollander terecht gekomen, die dit project zeer goed heeft opgepakt' De pilot van het systeem op een wereldwijde salesmeeting in Orlando was een succes. Kortgeleden is er nog een laatste proefopstelling geplaatst op het hoofdkantoor van Nike in Hilversum waarbij de laatste zaken zijn afgerond. Nu

is de productie begonnen in China bij Bannermate, waarbij een grote rol is weggelegd voor Raoul Lemaire.

Net als Laarhoven design draagt ook de naam van het bedrijf van Wouter Konings het woord 'design' in zich. Wouter heeft een duidelijk standpunt over design; "Tegenwoordig wordt het woord design overal voor gebruikt en is het een gedevalueerde uitdrukking geworden. Een spuuglelijke radiator of elektrische gaskachel noemen ze tegenwoordig ook al design. Als het maar blinkt, is het al design tegenwoordig. In mijn ogen zou alles waarover is nagedacht design kunnen zijn. Er bestaan geen producten meer die alleen maar functioneel zijn. Bij design houd ik zelf erg van een bepaald basisritme. Niet teveel franjes om het franjes maken. Het moet wel een functie hebben. Duidelijke relatie tussen design en functionaliteit. Niet elk product hoeft altijd maar weer een statement te zijn.

"Een goede designer is iemand die bezig is met productuitstraling. Wat wij doen is veel meer industrial design. Daarin ben je goed als je overzicht kunt houden van waar het heen moet. Beginners gaan vaak allemaal ideetjes bedenken, maar zijn niet bezig met wat het uiteindelijke product moet zijn. Alles wat je doet moet gericht zijn op dat eindproduct. Af en toe wel uitstapjes, maar als het niet zinvol is voor het uiteindelijke doel dan weer snel terug op je pad"

Visie van de klant is ook belangrijk. Dit kan concessies opleveren voor de vorm van het product. Soms kan het helpen om tests te doen bij de klanten van je opdrachtgever. Ervaring leert dat dit soms tot compleet andere inzichten kan leiden, tegenstrijdig aan die van jouw opdrachtgever. Wij hebben dit gedaan bij de ontwikkeling van een vrouwenschoen met inklapbare hak. Het bleek dat de vrouwen uit de test voor iets heel anders kozen dan dat onze opdrachtgever had aangegeven. De opdrachtgever is in principe wel heilig, maar je moet wel samen tot de kern van de zaak komen.



De studio van Konings industrial design



Wouter Konings

**Industrieel Product Ontwerpen (Hts werktuigbouw)
in den Haag**

**Afgestudeerd en 3 jaar gewerkt in Engeland bij
Dyson (stofzuigers)**

Philips (Philishave) in Drachten.

**Sr engineer bij NPK industrial design
konings industrial design**



Wouter Konings met de Nike display