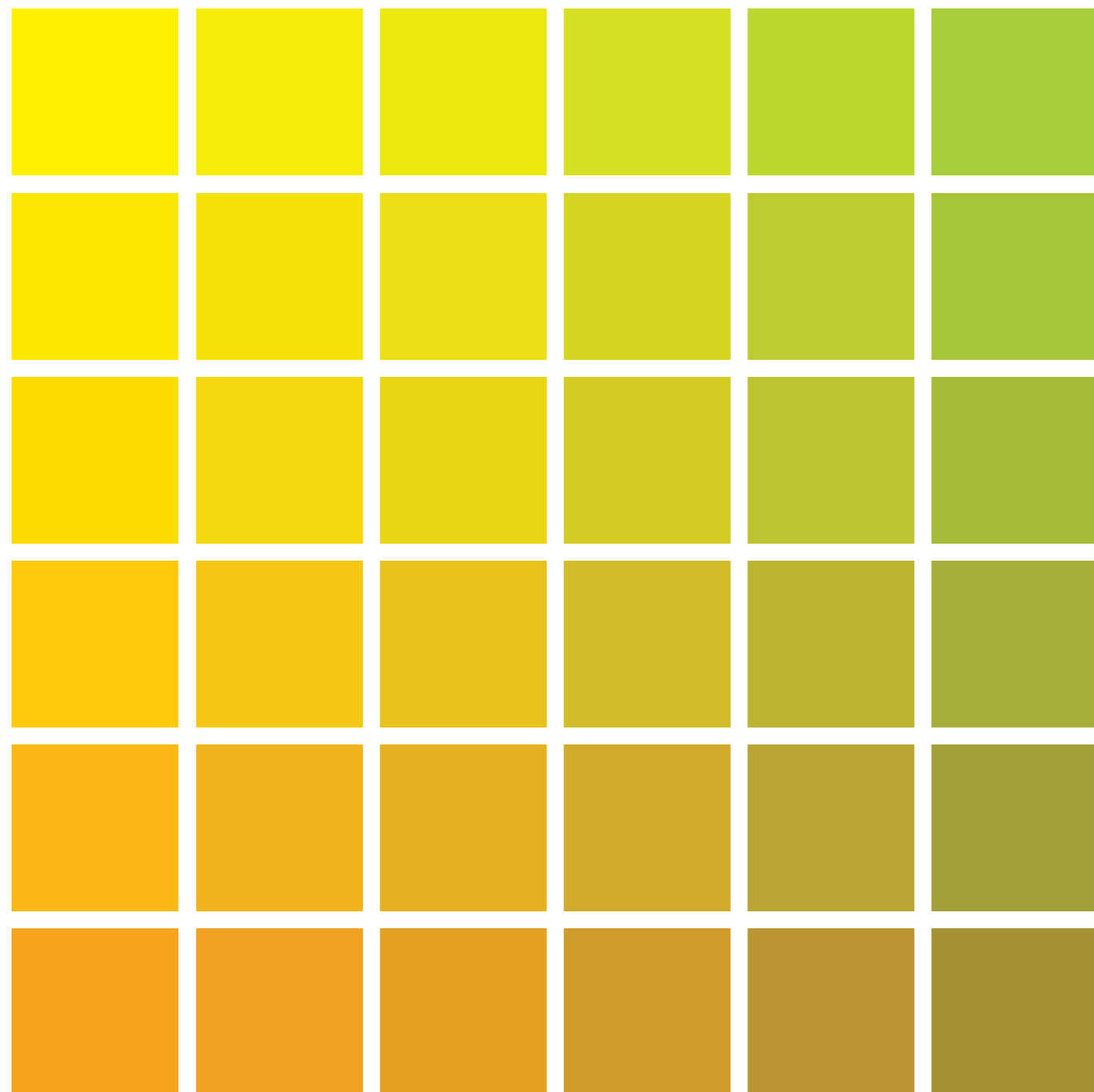


Een kleurige wereld



Driekwart van de door Giroflex verkochte bureaustoelen zijn zwart of donkergrijs. Voor kleur op de werkplek zorgen voornamelijk muren, afbeeldingen, planten en vloerbedekking, alles wat op tafels en in open kasten ligt en staat en uiteraard de mensen die er werken. Toch behandelt Giroflex zijn eigen kleurcollecties uiterst omzichtig en behoedzaam. Waarom dat zo is, werd ons verteld door Doris Kurzmeyer, textielontwerpster en hoofd van de studierichting Materiaalontwerp aan de hogeschool Luzern – faculteit Design & Kunst.

—
Doris Kurzmeyer, u houdt zich momenteel bezig met de kleurentaal van de giroflex-collecties. Wat hebben u en Giroflex daarmee voor ogen?

Giroflex heeft gemerkt dat de concurrentie in hun deel van de markt steeds gelijkvormiger wordt. Kleur kan een middel zijn om het unieke van een bedrijf te onderstrepen, en de kernwaarden van een bedrijf uit te dragen. Daarnaast kunnen door het gebruik van kleuren nieuwe klant-

segmenten worden aangesproken en bereikt. Daarbij moet je altijd bedenken dat kleur niet geïsoleerd mag worden beschouwd.

—
En dat betekent?

Kleurgebruik is onlosmakelijk verbonden met materiaalgebruik. Een kleur werkt op een glad-glanzende oppervlak anders dan diezelfde kleur op een mat-ruwe ondergrond. Structuur, lichtinval en het dragermateriaal beïnvloe-

volgende pagina 074 →

Een kleurige wereld

→ van pagina 073

den het effect. Het heeft daarom weinig zin om het kleurgebruik te veranderen zonder het gebruikte materiaal bij die verandering te betrekken.

—
Wat hebt u bij Giroflex het eerst aangepast?

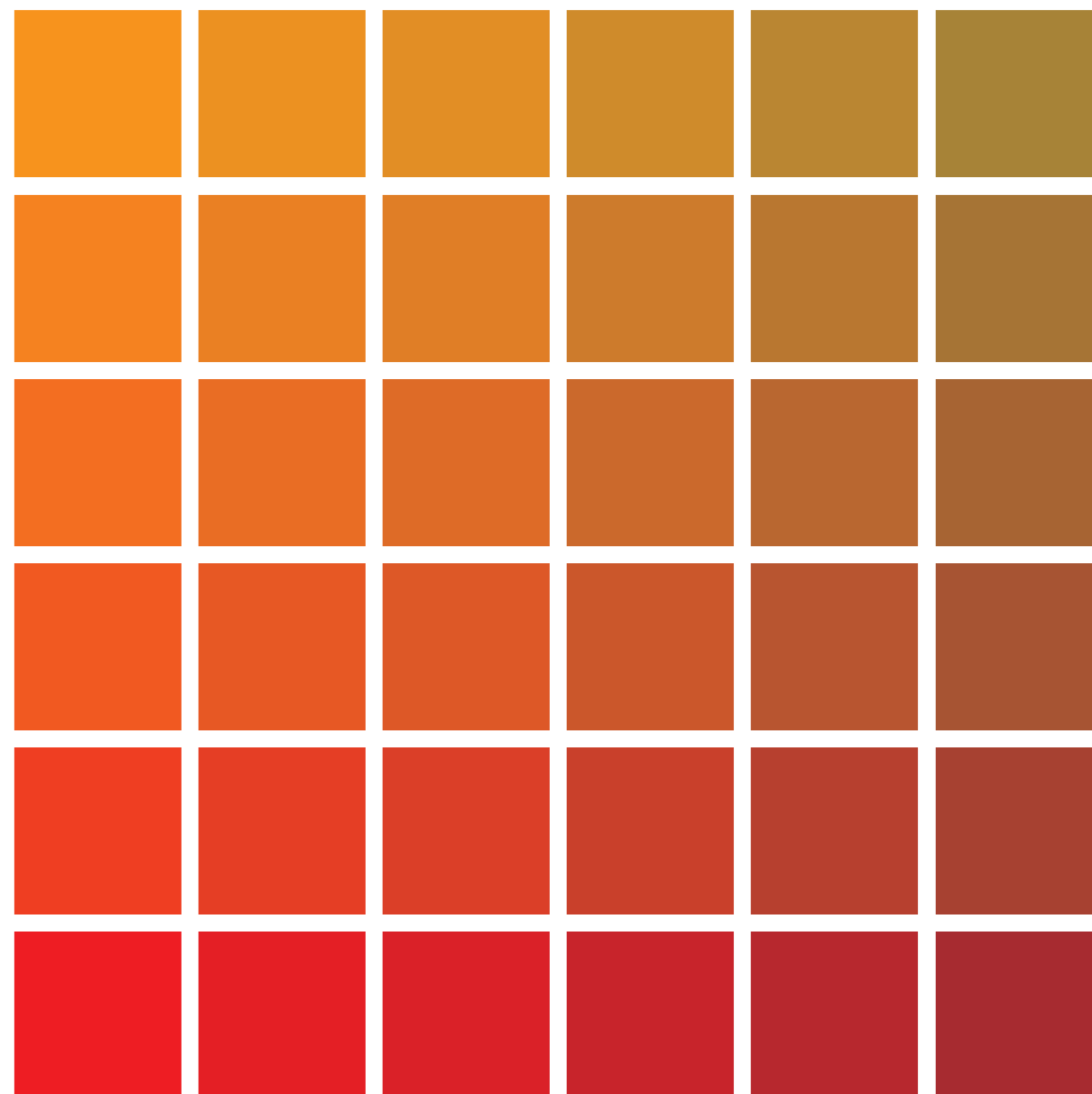
We zijn begonnen met leer. Daarbij hebben we principieel nagedacht over kleurgebruik en dus over het karakter van leer en de productie ervan. Leer is een stijlvol, zeer zinnelijk en tijdloos materiaal. Omdat er onder Giroflex-klanten vooral een vraag naar zwart leer bestaat, hebben wij de collectie aangevuld met nog andere donkere kleuren. Binnen de groep hebben wij daarmee een iets zwaarder, geheimzinniger segment gecreëerd. Dit wordt geflankeerd door een elegant-aards segment in de neutrale kleuren. Wij hebben gekozen voor warme kleuren zoals die ook in de natuur te vinden zijn, bijv. steengrijs of aards bruin. Zo sluiten wij aan bij de natuurlijkheid en de exclusiviteit van het materiaal.

—
Giroflex-zitmeubilair heeft een gebruikshorizon van ruim tien jaar. Moet je bij een dergelijke levensduur überhaupt rekening houden met trends?

Het ligt eraan welke trends dat zijn. Bij de ontwikkelingen op het gebied van werkplekken ga ik er, evenals Giroflex, van uit dat privéleven en werkplek steeds sterker in elkaar grijpen. Mobiele werkplekken zullen steeds belangrijker worden en ook het meervoudige gebruik van werkplekken zal steeds meer voet aan de grond krijgen. Hiermee verandert ook de sfeer op de werkplek. Dit alles ontwikkelt zich tegen de achtergrond van het verschijnsel digitale communicatie. Deze trends hebben een grote invloed op de omgang met kleur, het materiaalgebruik en de omgeving.

—
Kunt u een voorbeeld geven?

Wij merken dat er een toenemende behoefte is aan 'aanraakbaarheid'. Dat heeft gevolgen voor het materiaalgebruik en verschaft gestructureerde oppervlakken impulsen. Er is een duidelijke trend naar het tactiele. Waarom? Enerzijds waren we de afgelopen jaren in sterke mate omgeven door monochrome kleurvlakken. Anderzijds zijn we voortdurend in contact met spiegelgladde touchscreens, bijv. van smartphones en tablets. Het verlangen naar meer structuur is daarbij een reactie. Of de hier-en-nu-gerichtheid van de digitale communicatie.



volgende pagina 076 →

Een kleurige wereld

→ van pagina 074

Hierdoor groeit het verlangen om onszelf, en daarmee ook de verhalen die ons omgeven, in de tijd te plaatsen. Het trefwoord hier luidt authenticiteit.

—
En welke rol spelen kleuren daarbij?

Met het oog op het kleurgebruik moeten we onderscheiden tussen trends en mode. Mode zijn kortstondige verschijnselen. Bij de kledingmode worden we minstens tweemaal per jaar overstelpt met nieuwe modekleuren. Deze houden het vervolgens amper één seizoen uit. Voor een bedrijf als Giroflex, dat zich richt op kwaliteit en een langdurig gebruik van zijn producten, zou het vanuit mijn optiek verkeerd zijn om zich op mode te concentreren. Uitzonderingen zijn uiteraard altijd mogelijk, bijv. bij een model als de giroflex 434, dat de gebruiker in de loop van zijn productleven in staat stelt om zich ongecompliceerd qua kleur aan te passen aan de tijdgeest.

—
En verder?

Het nieuwe kleurenpalet moet blijven inspelen op een breed segment. Klassieke kleuren, dus

alle kleuren die de omgeving erbij betrekken en zich niet op de voorgrond dringen, vormen daarbij het uitgangspunt. Ze worden aangevuld met trendy kleuren. Ze zorgen voor highlights buiten het vertrouwde om. Belangrijk is dat het kleurgebruik ook aansluit bij de vormgeving van een model.

—
Waarom ben je als fabrikant gefocust op kleur als uiteindelijk toch iedereen een zwarte bureaustoel koopt?

In dit verband moet ik vooropstellen: het ene zwart is het andere niet. Als je rekening en feeling houdt met de texturen en de schakeringen van zwart, kun je alleen al met deze kleur een hele wereld creëren. Daarin schuilt een bijzondere kwaliteit. Daarnaast heeft zwart een kleurenpalet nodig waartegen het zich kan afzetten. Deze moet hoogwaardig zijn, zodat je ook het zwart vertrouwt. De keuze voor een kleur is overigens niet eenvoudig. Kleur interageert met zijn omgeving en verandert zich afhankelijk van het oppervlak dat hij inneemt. Daarom zegt de compositie op een kleurenpalet er heel weinig over hoe een kleur op de stoel overkomt en of hij op zijn plaats van bestemming tot zijn recht komt. Het maken

van de juiste keuze is daarom van groot belang. Toch wil ik bereiken dat Giroflex ook bekend raakt om zijn kleurgebruik. Dit moet een van de redenen zijn waarom men kiest voor een giroflex-stoel – ook al neemt men uiteindelijk de uitvoering in zwart.

—
Hoe belangrijk is de persoonlijke smaak bij de uitwerking van de kleurenpaletten?

Ik geloof wel dat hij invloed heeft. Maar veel belangrijker is de ervaring, in het bijzonder met het oog op de werking van een kleur. Het is mijn taak om heel nauwkeurig en nauwgezet te kijken. Een karakteristiek kenmerk kun je pas ontwikkelen als je alle collecties overziet. Het hele proces is een

voortdurend tegen elkaar afwegen van verkoopcijfers, tendensen en smaken.

—
Nog een laatste vraag: als u een kantoortuin zou moeten inrichten, wat zou u dan doen?

Kleuren zijn sfeerbepalend. Daarom zou ik eerder op de kleurtoon letten dan op een streng kleurgebruik in lijn met de corporate identity. De medewerkers moeten zich binnen een bepaald spectrum bewegen en daarbij wellicht zelfs een keuze hebben. De sfeer in een ruimte wordt op deze manier moduleerbaar.

—
Doris Kurzmeyer, hartelijk dank voor dit gesprek.

Doris Kurzmeyer, www.doriskurzmeyer.ch, ontwikkelt haar textielprojecten op basis van het materiaal en vanuit ambachtelijk vakmanschap. Als afgestudeerd textielontwerpster is zij vertrouwd met alle hoogstaande productietechnieken en stelt zij deze ten dienste van functionaliteit en vorm. Sinds 2001 doceert zij aan de hogeschool Luzern – faculteit Design & Kunst en is tevens hoofd van de studierichting Materiaalontwerp.