design

Volkskrant Magazine
3 mei 2014 - nr 690

Interview met kunsthandelaar Axel Vervoordt, de huizenjacht van schrijfster Franca Treur, zelfbouwhutten van kinderen, een gloednieuwe generatie zakenhippies & de opmars van doe-het-zelfdesign.

UNIEK, MAAR NIET TE

Crowdfunding is vaak een uitkomst voor beginnende designers: via een site je ontwerp aanbieden om bij voldoende betalende afnemers te kunnen produceren.

tekst JEROEN JUNTE fotos ERIK SMITS

SLECHTS ÉÉN EXEMPLAAR had ontwerpduo Qoowl gemaakt van de klok *Hands of time*. 'Je moet toch kunnen laten zien wat je maakt', aldus Wisse Trooster, de ene helft van Qoowl. De klok werd zes weken op de site van het onlineplatform Crowdyhouse.com geplaatst, zodat bezoekers een exemplaar konden bestellen. 'We verkochten er meteen vijftien. Na de zes weken kregen we het geld in één keer overgemaakt en konden we het materiaal kopen om de klokken te maken.' Omslachtig? Voor deze jonge ontwerpers was het inzamelen van investeringskapitaal via internet een uitkomst. Door de internationale uitstraling van Crowdyhouse verkocht Qoowl zelfs een klok in Duitsland en Australië. 'Dat was ons op eigen houtje nooit gelukt.'

Crowdfunding kwam in de loop van 2010 op in Nederland, en werd populair bij kunstenaars, muzikanten beginnende ondernemers. Volgens crowdfundingconsultancy Douw&Koren werd vorig jaar 32 miljoen euro ingezameld. De onlinekrant *De Correspondent* haalde 900 duizend op, het noodlijdende popcentrum Paard van Troje in Den Haag 25 duizend euro. Geen wonder dat ook ontwerpers via internet zoeken naar de financiële injectie die ze bij de banken niet makkelijk kunnen lospeuteren. 'Maar', zo zegt Suzan Claesen van Crowdyhouse com, 'we zijn geen platform om een ontwerpstudio te beginnen. Er mogen alleen kant-en-klare producten worden aangeboden. Wij vragen 10 procent per verkocht product. Een verkoopcampagne mag maximaal zes weken duren. Ook moeten de ontwerpers aantoonbaar in staat zijn de producten daadwerkelijk te produceren en te distribueren.'

'Amateurs met een vaas maken geen kans'

Amateurs met een gekleide vaas of gepunnikte servetten maken geen kans. 'Die gaan maar naar Etsy of Marktplaats.'

Het verschil met meer algemene crowfundplatforms als Kickstarter com of Voordekunst nl is dat Crowdyhouse zich uitsluitend richt op design. 'Op Kickstarter krijg je bovendien maar één kans. Bij ons mag een ontwerper het later nog eens proberen met hetzelfde product. En als de doelstelling van tien verkochte exemplaren is gehaald, kan daarna een nieuwe campagne worden begonnen voor twintig stuks.' Daarnaast kent Kickstarter variabele financieringsmodellen. 'Dan krijg je bijvoorbeeld voor 10 euro de ontwerptekening, voor 20 euro een bouwpakket en voor 30 het klant-en-klare product. Bij Crowdyhouse is er altijd één herkenbaar product voor één vaste prijs.'

Uniek

Het is de overzichtelijkheid die design zo geschikt maakt voor crowdfunding. 'Wat je ziet is wat je krijgt. Daar schort het nogal eens aan bij crowdfunding', zegt Gijsbert Koren, partner Douw&Koren. 'Bij design is het vaak ook meer een aankoop dan een investering. Als er niet genoeg animo is, krijg je je geld terug.' Voor dat minimale risico krijgt de consument de mogelijkheid om een uniek nieuw product te kopen. 'Vaak ook nog voor een bijzondere prijs, want een ontwerper vraagt natuurlijk niet meteen de hoofdprijs. En er hoeft geen marge te worden afgedragen aan de winkelier.' Voor wie er prijs op stelt, is direct contact met de ontwerper ook mogelijk, bijvoorbeeld om te overleggen over een afwijkende kleur of afmeting. Omgekeerd krijgt ook de ontwerper →

Crowdyhouse.com

Wie: Qoowl

Wat: De klok *Hands of time*.

Prijs: 100 euro (groot) en 49 euro (klein).

Aantal: Tien.

Looptijd: Zes weken.

Geslaagd: Ruimschoots, er werden er vijftien verkocht.

Levertijd: Twee weken na het verstrijken van de plaatsingstermijn.

qoowl.com

Wie zó veel geld wil uitgeven, doet dat toch liever in een interieurzaak of galerie

feedback van potentiële kopers. Voor een kleine, toegewijde groep kan ook nog meespelen dat een jonge ontwerper op weg wordt geholpen.
'Dat maakt zo'n aankoop toch net iets sympathieker, aldus Claesen. Enkele weken geleden werd een vilten lamp op haar platform aangeboden. 'Bij voldoende intekening wilden de ontwerpers een schaap kopen waarmee ze ook hun eigen wol konden produceren. Kopers kregen dan bijvoorbeeld een foto van dat schaap opgestuurd.'
Uiteindelijk haalde dit project het nét niet. 'Het publiek moet misschien nog wat wennen aan deze persoonlijke opzet. Na de zomer proberen we het misschien opnieuw.'
Crowdyhouse is inmiddels ook niet meer het enige crowdfundingplatform voor design. Onlangs ging het vergelijkbare Primaledition.com van start. Basematters.com mikt met bekende ontwerpers als Pepe Heykoop en Mieke Meijer op het hogere segment.

Startpagina
De consument weet inmiddels nauwelijks nog waar hij moet zoeken, zegt Ireen Laarakker van Dutchdesignstarter.com. Deze site wil een 'startpagina voor crowdfunded design' zijn. 'Naast eigen producten vind je bij ons ook de beste ontwerpen van andere sites. Neem Oneplanetcrowd.com, een platform voor duurzaam ondernemen. Daar staan soms ook designprojecten op. Dat moet je maar net weten.' Van Crowdyhouse en Primal Edition selecteert Laarakker alleen die producten die echt nieuw zijn. 'Die sites zijn feitelijk verkapte webshops met producten die ook in de winkel liggen.'
Ondanks de voordelen voor consument en ontwerper waarschuwt Laarakker van Dutchdesignstarter voor al te veel euforie. 'Op Kickstarter slaagt 56 procent van de projecten. Bij design is dat slechts 38 procent.'
Het online zetten van een project is pas het begin. 'Dan nog moet je je als ontwerper presenteren op beurzen en promotie doen op social media als Facebook of Pinterest.' Dat viel ontwerper Hans Heetman van Heetman Patijn behoorlijk zwaar. 'Persberichten versturen, bloggen, we hadden bijna een dagtaak aan de promotie van de lamp Tony die we aanboden op Primal Edition. Uiteindelijk bleek alle moeite ook nog voor niets, want we haalden ons doel niet.'
Niet alle design is dan ook geschikt voor crowdfunding. Een product moet uniek zijn, zegt consultant Koren. 'Anders gaan mensen naar IKEA. Daar weet je in elk geval van tevoren wat je krijgt.'
Maar het moet ook weer niet té bijzonder zijn. Een exclusief vloerkleed dat in gelimiteerde oplage zouden worden vervaardigd op de computergestuurde weefmachines van het Textiellab, de werkplaats van het Textielmuseum in Tilburg, redde het uiteindelijk niet op Crowdyhouse. Claesen: 'Dat kleed moest 4.000 euro kosten. Wie zo veel geld wil uitgeven, doet dat liever in een interieurwinkel of een galerie. Wat het wel goed doet zijn lampen, klokken en vazen en andere interieuraccessoires.'
De ontwerpers van Qoowl hebben na het succes van hun klok de smaak wel te pakken. 'Binnenkort willen we een bijzondere zonnebril van hout gaan crowdfunden. Deze bril met kleine lamellen in plaats van glazen is weliswaar al te koop. Maar een select publiek kan dan via voorverkoop een special edition bestellen', aldus Trooster. En waarom ook niet? 'We kunnen toch geen verlies maken.'

Dutchdesign-starter.com
Wie: House of Thol
Wat: Waterworks, een irrigatiesysteem voor kamerplanten met een gereguleerde waterafgifte.
Prijs: 35 euro.
Aantal: 180 stuks.
Looptijd: drie maanden
Geslaagd: Ja, 137 procent van het benodigde kapitaal.
Levertijd: 'De eerste exemplaren hopen we volgende maand te leveren', aldus Thomas Linssen.
houseofthol.nl

Primaledition.com
Wie: Heetman Patijn.
Wat: Lamp Tony.
Prijs: 940 euro.
Aantal: 15 stuks.
Looptijd: 60 dagen.
Geslaagd: Nee, slechts zes gegadigden.
En nu: 'We hebben alsnog een producent gevonden voor Tony', aldus Hans Heetman. 'Waarmee we eigenlijk nog blijer zijn. We zijn tenslotte ontwerpers en geen fabrikanten.'
heetmanpatijn.nl