



ANIEK
KROES
+
LAIF & NUVER
HK LIVING
BRAND STORE

G

GRON
INGEN
ONT
WERPT



**ANIEK
KROES**
+
**LAIF & NUVER
HK LIVING
BRAND STORE**

MATTIE
CONCEPT
EN
ARTWORK



VIJF VRAGEN AAN ANIEK KROES

<< Aniek Kroes

Aniek Kroes werkt samen met Jesper Veltrop aan een mat van afvalmateriaal voor HKliving Brand Store en Laif & Nuver. Daarnaast ontwikkelen ze een campagne rondom het thema gastvrij (met de deuren dicht).

1. Kun je kort jezelf en je werk omschrijven?

'Mijn naam is Aniek Kroes en momenteel werkzaam als freelance grafisch ontwerper in Groningen. Als ontwerper vertaal ik een vraag naar een concept en werk deze uit tot verschillende middelen, passend bij het concept. Het werk varieert van branding tot aan catalogi en is te omschrijven als clean & helder, maar altijd met een eigenwijze twist.'

2. Aan welke opdracht werk je en voor welke winkel?

'Voor de winkels HK Living brand store en Laif & Nuver werk ik samen met Jesper Veltrop aan het thema gastvrij (met de deuren dicht).'

3. Met welk afvalmateriaal ga je werken en waarom?

'Voor dit project werken wij met een plaatmateriaal van gerecycled rubber. Het plaatmateriaal is afkomstig van het Groningse platteland en werd voorheen gebruikt als ondergrond voor koeien in de stal. Het materiaal leent zich goed voor het product wat wij willen maken. Ik hou mij voornamelijk bezig met de campagne rondom dit product. Zodat wij de consument een helder verhaal kunnen meegeven. Ook binnen deze campagne proberen wij zo duurzaam mogelijke keuzes te maken. Zoals het gebruik van gerecycled papier.'

4. Waar haal je je inspiratie vandaan?

'Een groot deel van mijn inspiratie voor deze opdracht haal ik uit de samenwerking. Doordat we beiden verschillende achtergronden hebben in het creatieve veld kunnen we elkaar scherp houden en worden onze sterke kanten goed benut. Verder haal ik mijn inspiratie uit verschillende hoeken. Zo speur ik regelmatig door mijn boekenkast en kijk ik naar wat andere creatieven doen. >>



Zonder mijn eigenheid te verliezen. Al denk ik dat het grootste deel inspiratie uit de alledaagse dingen komt.'

5. Wat vind je van het thema gastvrij (met de deuren dicht)?

'Het thema spreekt mij aan, omdat het mij bewust maakt van iets wat als heel 'normaal' wordt gezien in het straatbeeld. Ik hoop dit aan het publiek mee te kunnen geven. Het is een mooie uitdaging om mensen hier bewust van te maken. En tegelijkertijd om de onderneming een aantrekkelijk aanzicht te geven wanneer de deuren gesloten zijn. Het interessante van dit thema is dat het niet enkel toepasbaar is voor deze twee ondernemingen, maar dat dit project opgeschaald kan worden naar hopelijk veel meer ondernemingen.'



WERK PROCES

Het idee van het ontwerp is eigenlijk al in een vroeg stadium ontstaan. Zo was de basis al gelegd tijdens de eerste brainstormsessie. Na deze sessie zijn Jesper Veltrop en ik samen voor dit product gaan zitten om rondom het product met een goed concept te komen.

Gepersonaliseerd

De insteek achter het concept is dat het gepersonaliseerd kan worden naar verschillende winkels. We wilden de mat uitdragen met de naam 'Mattie'. Vanuit dit concept zijn we gaan schetsen voor het symbool van 'Mattie' zodat deze terug kon komen in de welkomstmat. Met voorafgaand verschillende materiaalonderzoeken om te kijken wat er mogelijk was met het materiaal.

Vriendelijke vorm

Voor het symbool hebben we een herkenbare vriendelijke vorm gekozen. Deze vorm was de basis voor de identiteit die we hebben neergezet. Zo leende de vorm zich goed om

dynamisch ingezet te worden in verschillende uitingen. Voor de campagne uitingen is er zoveel mogelijk een link gelegd met het materiaal wat er gebruikt is. De verscheidenheid aan kleuren die je zowel in de mat als in de uitingen terug ziet komen. Ook is het van belang dat de uitingen een open en vriendelijke uitstraling hebben. De uitstraling die wij willen dat de welkomstmat zelf ook uitstraalt.

Soepel

Het maakproces is naar mijn idee soepel verlopen. Beide krachten zijn goed benut. We hebben elkaar goed meegenomen in het proces en elkaar hier en daar geholpen en ondersteund.

Nieuwe ervaring

Het afvalmateriaal was in ons geval al een bestaand product. Wij hebben hier enkel nieuw afvalmateriaal aan toegevoegd. Wel was het voor mij een nieuwe ervaring om met een bestaand materiaal een nieuw product te maken. En nieuw om op deze manier betrokken te zijn bij een maakproces. Mogelijk dat ik dit in mijn volgende projecten mee kan nemen.

Kloppend verhaal

Vooral nu het ontwerp van de mat en de campagne uitingen samen zijn gekomen voelt het als een geheel en kloppend verhaal. Als er vraag gaat zijn naar dit product, waar wij natuurlijk wel op hopen, zullen wij zeker verder gaan met het ontwerp en materiaal. Wel is er altijd ruimte voor verbetering. Als er hier een daar aanpassingen gedaan moeten worden, kan het zijn dat er mogelijk ander materiaal aan toegevoegd zal worden.

www.aniekkroes.nl



HOUSE OF DESIGN

In 2050 moet de Nederlandse economie volledig circulair zijn: duurzaam en gestoeld op hergebruik. Omdat design een belangrijke bijdrage kan leveren aan dit vraagstuk is House of Design in 2018 gestart met een nieuw initiatief: Groningen Ontwerpt.

Samen met ontwerpers, ondernemers, beleidsmakers en onderzoekers, werken we aan duurzame en circulaire oplossingen voor de binnenstad van Groningen.

Lees meer over onze projecten op www.houseofdesign.nl

Fotografie:
Janna Bathoorn en de ontwerpers zelf.
Grafisch ontwerp:
Dick Muileman.

Financiële steun:
Het Fonds, Gemeente Groningen,
Kunstraad Groningen.



