

Creatief in design

Guy Sarlemijn over de nieuwe trends voor 2011

RUIJF VIJFTIEN JAAR VERZORGT GUY SARLEMIJN DE MEEST UITEENLOPENDE SALONINTERIEURS DOOR HET HELE LAND. MODERN, STRAK, KLEURRIJK, GROTE EN KLEINE BUDGETTEN ALLES WAT DE KAPPER/EIGENAAR VOOR OGEN HEEFT, WORDT MET LIEFDE VERTAALD IN EEN PASSEND INTERIEUR. MET DE KOMST VAN DESIGN LABELS EN DE MEERDERE SAMENWERKINGEN MET INTERIEURONTWERPERS LAAT SARLEMIJN EEN CREATIEVE KANT ZIEN. EÉN MET MEERDERE MOGELIJKHEDEN. COIFFURE SPRAK MET HEM OVER DE TRENDS, DE SAMENWERKINGEN EN DE TOEKOMST.



Milaanse trends en Marcel Wanders (interieurontwerper)

Ook gevierd ontwerper Marcel Wanders was één van de trekkers van Milano Salone Internazionale 2010. Na een strenge winter is er tijd voor vrolijkheid en kleur. De trends en ontwerpen zijn moderne en design vertalingen van een sprookje. Voor zes interieurlijnen (Moooi, Baccarat, Magis, Cappellini, XO en Skitsch) maakte Wanders voor de beurs bijzonder aantrekkelijke ontwerpen, die het interieur een extra schwing geven. Voor het merk Magis ontwierp hij voor deze beurs drie verschillende stoelen. Bij iedere stoel hoort een eigen verhaal – een sprookje. De stoel Sparkling heeft de naam niet gekregen omdat deze doorzichtig is en glanst. Nee, er zit een filosofische gedachte achter de benaming van de stoel (lees: <http://www.marcelwanders.com/mln2010-magis1.html>) dat dieper gaat dan alleen een naam, maar een bewustwording voor het leven en de natuur. Iets wat je niet zou denken achter een hoogglans plastic stoel. Voor de lijn Moooi, waar Wanders commercieel directeur van is, ontwierp hij de Monster Chair. Ook achter deze gecapitonneerde stoel zit een verhaal dat je niet zou verwachten. Een verhaal over muzes, aanbidding en de dood (<http://www.marcelwanders.com/mln2010-moooi1.html>).

TREND PREVIEW 2011

Hoewel er niet gevlogen kon worden door de aswolk, wisten veel Nederlanders hun weg te vinden naar Italië. Was het niet voor Cosmoprof Bologna, dan was het voor Milano Salone Internazionale Mobile 2010, een zeer grote en interessante interieurbeurs in Milaan. Alle nieuwste trends, lijnen, interieurmerken en ontwerpers laten al het moois en nieuws voor volgend jaar zien. Ook Guy Sarlemijn gaat ieder jaar naar deze beurs. Niet alleen om contacten te onderhouden met fabrikanten en merken, maar ook zeker om inspiratie op te doen voor de komende projecten in Nederland.



WAT LAAT DE BEURS IN MILAAN AAN NIEUWE TRENDS ZIEN? “Het viel mij op dat alle merken niet echt een bepaalde richting, trend of tendens lieten zien. Zoals je dat vaak wel hebt. Het is meer een vervolgverhaal van dit jaar dat meer is uitgediept. Veel lichte kleuren en natuurlijke materialen als hout. Dit is zie je voornamelijk bij de basic interieurlabels. Bij merken als Magis en Moooi zetten de trends en iemand zal hiermee niet een gehele salon of interieur mee vullen. Deze collecties bestaan uit eyecatchers en kunnen dus ook meer dingen laten zien. Dit zijn allemaal op zichzelf staande items en niet zo zeer een trendlijn.”

VIEL ER IETS ECHT OP? “Qua verlichting zag je wel veel gebeuren. Verlichting dat volledig opgaat in het interieur of verwerkt wordt in de muren. Hierdoor krijg je zachte en organische vormen en lijnen in het totaal interieur. Dat was wel iets wat ik erg bijzonder vond en wij hebben dat meteen hier in de showroom toegepast om te laten zien aan onze klanten. Waar ik enorm trots op was, was dat het merk Flos mijn salon groot geprojecteerd had op de beurs en opgenomen in alle internationale uitingen. Dat is best bijzonder als om je heen de grootste namen hun ontwerpen tonen. Dit betekent niet dat ik nu internationaal ga. Nee, ik richt me op deze markt.”

MERK JE OP EEN INTERIEURBEURS ALS IN MILAAN DAT DE RECESSIE PARTEN HEEFT GESPEELD? “Dat vond ik bijzonder. Er waren merken die echt heel veel geïnvesteerd hadden in volledig nieuwe lijnen met nieuwe materialen.”

“De trends en ontwerpen zijn moderne en design vertalingen van een sprookje”



afkomst zijn en high end. Wij hebben ons echt moeten bewijzen dat wij heel serieus de diepte in gaan met de merken en dat wij het weten te verkopen. Door ons vertrouwen te winnen op de Italiaanse interieurmarkt konden wij exclusieve deals voor Nederlands bewerkstelligen. Inmiddels zijn de rollen omgedraaid en komen merken naar ons! Dat is een zeer groot compliment."

SARLEMIJN EN DESIGNLABELS

Het afgelopen jaar heeft het bedrijf een enorme groei doorgemaakt. Er zijn twee divisies gekomen en meerdere samenwerking met grote interieurontwerpers als Piet Boon. Maar waar staat Guy Sarlemijn nu?

WAT IS HET VERSCHIL TUSSEN SARLEMIJN EN DESIGNLABELS?

"Het is een uitbreiding van het bedrijf. Daar komt het op neer. Voorheen deed ik alles voor een saloninrichting of project. Van techniek tot planning, van begeleiding tot uitvoering. Inmiddels is het bedrijf gegroeid en hebben wij twee afdelingen: Guy Sarlemijn en DesignLabels. Met de komst van DesignLabels kunnen wij de kapper-ondernemer een nog bredere keuze geven in ontwerpen, items en eyecatchers. Ons team is ook groter geworden en we kunnen een grotere capaciteit aan. Mede door het grotere team kan ik mij puur richten op de salonontwerpen. Lindy Houweling coördineert de projecten en houdt zich bezig met DesignLabels. Misschien dat mensen mij iets minder op de voorgrond zien, maar dit neemt niet weg dat ik alles bekijk en doorneem voordat ook maar iets gerealiseerd wordt!"

WAT IS DESIGNLABELS NU PRECIES?

"Het is een klein groepje merken, waarmee we de diepte in gaan. Bij sommige interieurzaken zien je van twintig merken één stoel staan. Wij hebben besloten met DesignLabels dat wij maar een aantal merken willen en van die merken laten wij zo veel mogelijk zien. Dit is voor salons, overige project en particulieren. Dit is bijzonder omdat de merken die wij voeren van Italiaanse

IS ER VEEL VERANDERD IN DIE VIJFTIEN JAAR?

"Natuurlijk veranderen de stijlen, de trends, onze samenstelling binnen het bedrijf, maar de basis van Guy Sarlemijn ligt op het maken van ambachtelijke projecten en het sturen en uitwerken van de ideeën van de saloneigenaren. Wij zien veel plannen waar niet over na gedacht is. Dit zijn plannen die door afgestudeerde architecten bedacht zijn. Maar om je in te leven in de gedachten van een saloneigenaar of kapper is echt een ander verhaal. Er komt heel veel kijken bij een indeling van een salon. Eén item uit de lijn en het interieur komt niet over. Vergeet niet dat een kapper veel investeert in een saloninrichting. Of iemand een flinke portemonnee heeft of het met een klein budget moet doen, voor iedereen ontwerpen wij een passend interieur. Het kappersvak is een ambacht en dat willen wij ook uitdragen. Kort samengevat of er iets veranderd is: een goede indeling en lichtplan is voor een saloneigenaar erg belangrijk en dat is in al die jaren niet veranderd, wel verbeterd!"

WAT STAAT ER VOOR GUY SARLEMIJN DIT JAAR NOG TE GEBEUREN?

"Veel! Maar één ding is er mooi en dat is dat wij gaan samenwerken aan een salonlijn met Marcel Wanders. Wij kennen elkaar natuurlijk van het merk Moooi en zo is het contact ook ontstaan. Voor Marcel is dit natuurlijk niet iets direct waar hij dagelijks mee bezig is, maar zag hier wel de uitdaging. Wat er gaat komen, houd ik nog even als verrassing. Het zal van hoge kwaliteit worden. Dat staat vast!"

www.sarlemijn.nl

