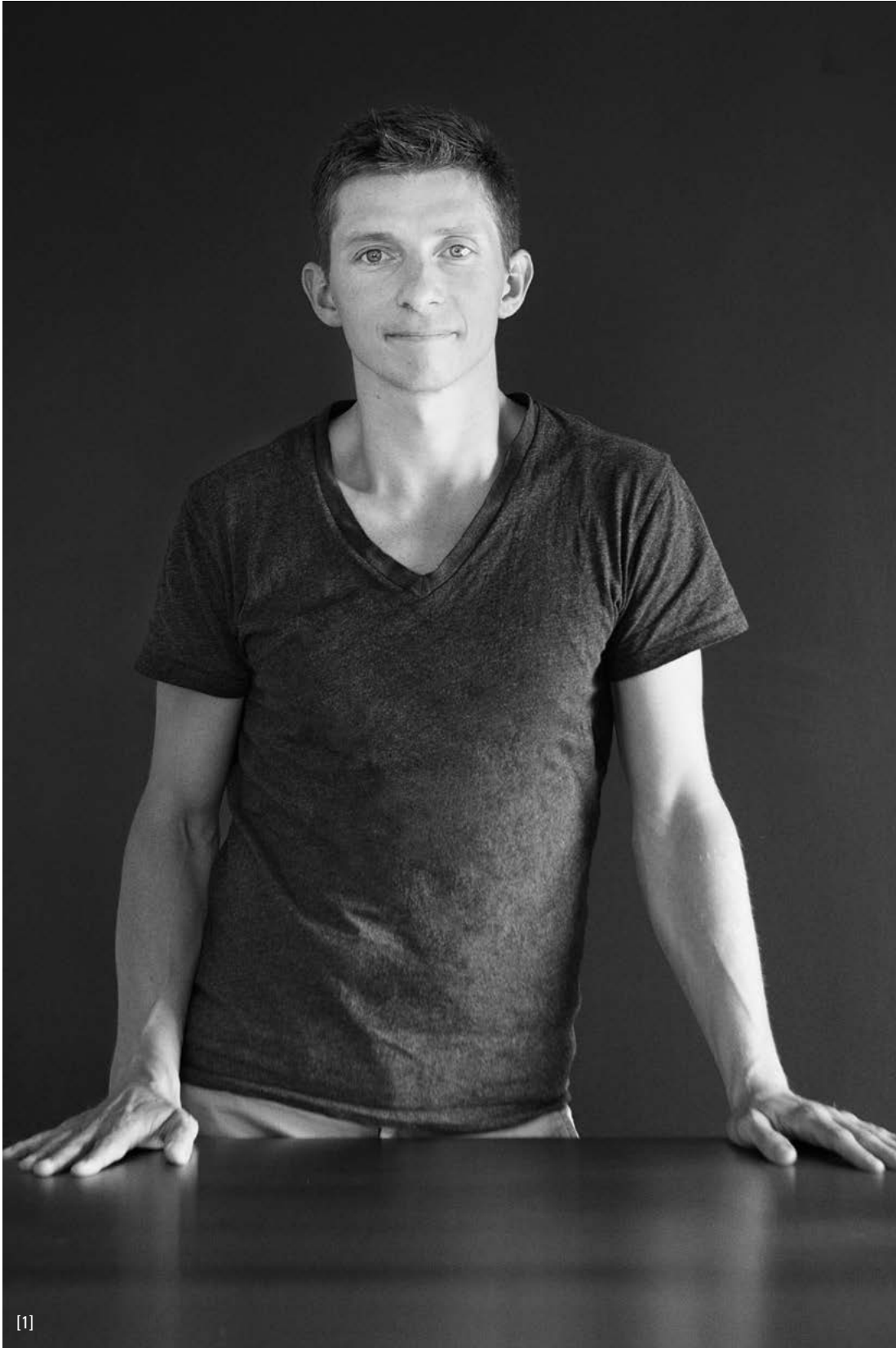

**'We hebben hem ontdaan
van alle trends'**



Morten Bo Jensen ...het moet wel zin hebben... [1]

De Vipp-keuken en zijn pedaalemmer [2]



VIPP MAAKT VAN ALLES ÉÉN

Hoe een pedaalemmer toch een keuken werd

Erik van den Berg De meeste meubelen in de loft in het centrum van Kopenhagen zijn door de bewoner zelf ontworpen. De zwarte lampen met micro-gaatjes, de planken aan de muur en het tafeltje waar zijn jonge dochters tegenaan leunen. Af en toe zet de tweeling het geluid van de televisie stiekem een tikje harder, maar papa doet alsof hij het niet hoort. Hij concentreert zich op de cappuccino. Eerst maalt hij de bonen, dan verschuift zijn aandacht naar het schuim. Een tijdrovende bezigheid, maar hij heeft het er graag voor over: "Soms moet je de tijd nemen om tot het gewenste resultaat te komen."

Decennialang produceerde Vipp alleen een pedaalemmer die een icoon werd. Maar sinds Morten Bo Jensen werd aangesteld als chieft designer verrast het Deense familiebedrijf keer op keer met nieuwe producten. Van lampen tot een tijdloos keukenconcept.

Ook de zwarte keuken heeft de Deen zelf ontworpen. Sterker nog; dit is de eerste Vipp-keuken die ooit werd gebouwd. Een prototype, om te testen of alles naar behoren werkte. Het is niet de wandversie maar het eiland, met daarachter de hoge kasten. Robuust, ietwat

afstandelijk en op het eerste gezicht zelfs een beetje lomp, maar tegelijkertijd ook warm en elegant.

Het concept is modulair, waardoor het aantal kastjes en lades oneindig is, maar er is geen keuze in kleur of materiaal. Zelfs de witte versie werd kort na de lancering uit het assortiment gehaald: "We geloven in tijdloze producten, zowel qua gebruik als design. Daarom is de keuken alleen nog maar zó leverbaar, we hebben hem ontdaan van alle trends."

LOTERIJ Morten Bo Jensen werkt inmiddels alweer tien jaar als hoofd design bij het familiebedrijf, en langzaam zijn zijn visie en die van Vipp samengesmolten tot een uniek DNA. Een DNA dat is terug te voeren op een inmiddels iconische afvaalemmer. Om dat te begrijpen moeten we terug in de tijd, naar begin jaren dertig, als de Deen Holger Nielsen een auto wint in de



[1]

loterij van de plaatselijke voetbalclub. Hoewel hij een voorliefde heeft voor auto's, besluit hij de wagen toch te verkopen. Het geld gebruikt hij liever om een nieuwe metaaldraaibank te kopen voor de werkplaats in zijn achtertuin. Het is deze draaibank waar Nielsen jaren later zijn stalen pedaalemmer mee maakt.

MOMA In eerste instantie was de afvalbak alleen bedoeld voor de kapsalon van zijn vrouw, maar al snel krijgt hij aanvragen van tandartsen en ziekenhuizen. Het echte succes komt pas na zijn dood, als zijn dochter Jette besluit om haar baan als sociaal werker op te zeggen om de metaalfabriek van haar vader draaiende te houden. Met de emmer onder haar arm reist ze door Europa en na veel tegenslagen weet ze uiteindelijk de interesse te wekken van een designwinkel met vestigingen in Londen en Parijs. De pedaalemmer wordt zo populair dat hij decennia later wordt toegevoegd aan de permanente collectie van MoMA in New York.

Zelf ontwerpt Jette Nielsen nog een wc-borstel en later komt daar ook nog een zeepbakje bij. Maar het assortiment van het bedrijf verandert pas echt als Morten

Bo Jensen wordt aangetrokken. Dat is in 2006. Ergens neemt de familie een gok: het Deense ontwerptalent is dan pas 27 jaar oud en heeft maar een paar jaar ontwerpervaring, bij een fietsenfabrikant. Maar hij krijgt het vertrouwen en ontwerpt tientallen nieuwe producten voor de familie. Van kranen tot tandenborstels. En van het modulaire keukenconcept tot The Shelter, zoals het luxe kant-en-klare huis heet dat overal in de natuur geplaatst kan worden.

“De familie is nog steeds bepalend”, legt de ontwerper uit als hij de laatste hand legt aan zijn cappuccino. Dochter Jette is voorzitter van het management, maar haar kinderen nemen het roer geleidelijk over. dochter Sofie behartigt de familiebelangen vanuit New York, waar Vipp sinds 2008 een showroom heeft. En ook zoon Kasper is onmisbaar voor het recente succes van de firma: “Kasper vormt als CEO het geweten van het bedrijf. Het was zijn idee om een keuken te maken. Veel mensen raadden hem dat af. Het risico zou te groot zijn. Maar hij geloofde erin en zette moedig door.”

Uitsluitend in zwart [1]

Doordachte details [2-5]



[2]



[3]



[4]



[5]

CARTE BLANCHE Als het management en daarmee de familie het eens is over een nieuw product, krijgt Morten Bo Jensen in principe carte blanche. Pas als hij het eindresultaat presenteert, denken ze mee over de haalbaarheid en risico's. "Het referentiepunt is altijd de pedaalemmer", legt hij uit. "Daarom zijn Vipp-producten bij voorkeur van staal, tijdloos en hebben ze iets mechanisch, om te refereren aan de pedaal waarmee de deksel geopend wordt. Maar het moet wel zin hebben. Als het ten koste gaat van de functionaliteit of esthetiek laat ik een van de eisen vallen. Maar dan stel ik me wel de vraag of Holger Nielsen daarmee zou kunnen leven."

Het valt op dat Vipp eigenlijk nooit meerdere versies van hetzelfde product op de markt brengt. Er is één keuken, één tandenborstel en één pedaalemmer. Sommigen producten zijn in diverse afmetingen verkrijg-

baar, maar er is altijd maar één type. Het is de tegenovergestelde van de vele 'record stores', zoals Marten Bo Jensen de bedrijven noemt die iedere vijf jaar een populaire designer inhuren om nieuwe versies van hetzelfde product te maken: "Het zijn bedrijven met sublabels en talloze smaken per genre. Trendgevoelig en daarmee al bij voorbaat binnen een paar jaar achterhaald."

GRENZEN "Ik snap het marketingmechanisme en veroordeel het niet. Maar wij kijken anders. We zien het ontwerpen van producten als iets groters, als meer dan geld verdienen. Het heeft grote invloed op het dagelijks leven en het milieu. Natuurlijk heeft dat grenzen. Wij willen ook geld verdienen en ik weet heus wel dat onze producten je niet kunnen genezen van kanker of aids. Maar we ontwerpen wel vanuit een bepaalde kijk op de

wereld. Een visie. Zie ons als de oppositiepartij die een alternatief wil bieden voor wat we om ons heen zien gebeuren. Het is aan de consument om te kiezen."

Als hij de lege kopjes in de wasbak heeft gezet, pakt hij een zware stalen pan. Geen eigen ontwerp, maar een van Björn Dahlström, uit de Tools-collectie van Iittala. Hij spreekt er vol bewondering over: "Dit vind ik nou goed design. Esthetisch is het zo normaal, dat je bijna vergeet hoe fantastisch het is. Hij kijkt perfect en is volstrekt tijdloos. Toen ik hem jaren geleden kocht, deed dat een beetje pijn in mijn portemonnee, maar hoe langer ik hem heb, hoe fijner ik hem vind. Zo moet het zijn. Over twintig jaar staat hij nog steeds op deze plek in de keuken, terwijl veel ander design dan al lang achterin een la was beland. Vergeten, of erger nog: ingeruild voor een nieuwere, hipper variant."

vipp.com