



Alle aandacht naar één ding

JOS KENBEEK: BIJNA NOOIT COMPLETE KEUKENS

**Jos Kenbeek ...gevoel
overbrengen...** [1]

**Dekker in
House4Kitchen** [2]



Erik van den Berg

Veel DVK-lezers hebben het werk van Jos Kenbeek weleens gezien. Op de Küchenmeile, tijdens Living Kitchen of de VT Wonen & Design Beurs. Of anders wel in het dit jaar geopende Dekker Trend Centre, de showroom van Dekker Zevenhuizen. Voor uiteenlopende bedrijven ontwerpt Kenbeek beursstands en showrooms waar losse keukenonderdelen of apparaten worden getoond. Denk bijvoorbeeld aan de modulaire gasbranders van PITT Cooking, de werkbladen en accessoires van Dekker, of de afzuigkappen van Wave.

“De business to business-markt is een bijzonder genre”, vindt hij zelf. “Je wilt producten als gaspitten, afzuigkappen of werkbladen en accessoires in een keukensfeer laten zien. Het moet een beleving zijn en je wilt voorkomen dat mensen afgeleid worden. Uiteindelijk wil de opdrachtgever de aandacht op een specifiek product richten. Het is de kunst om dat eruit te laten springen. Daar zijn meerdere trucs voor, maar het belangrijkste is dat je geen volledige, fysieke keuken ontwerpt.”

ABSTRACT Als voorbeeld noemt hij het werkblad: “Als je in een showroom of op een beurs alleen een blad laat zien, dan blijft het wat abstract. Het is een horizontaal product, dus er moet iets onder. Mensen hebben op de een of andere manier de gewoonte om deurtjes en lades te openen. De aandacht wordt dan verlegd naar de kastjes. Daarom kies ik in zulke gevallen voor frames of stollen zonder deurtjes. Dan krijg je wel een keukengevoel, maar zonder dat het de aandacht afleidt.”

“Bij een business to business-ontwerp mag de presentatie conceptueler zijn”, geeft hij een tweede verschil met de consumentenmarkt. “Zeker als een leverancier of producent een specifiek onderdeel van de keuken op de markt brengt, mag de presentatie uitgesproken zijn. In een keukenshowroom voor consumenten moet je een totaalplaatje laten zien dat tot de verbeelding spreekt. Bij b2b wil je eerder de mogelijkheden of een gevoel overbrengen. Je wilt combinaties laten zien, los van de bruikbaarheid of functionaliteit van de opstelling.”

TALENT Het zijn wijsheden die hij grotendeels opdeed bij Erbi, het keukenbladenbedrijf dat vijf jaar geleden werd overgenomen door Dekker. Kenbeek werkte er ruim 26 jaar. Eerst als inkoper, later als productmanager. Toen hij in zijn vrije tijd begon aan een avondopleiding interieurontwerp, zette hij de afdeling Design & Development op. Het werd steeds duidelijker dat hij talent had op het gebied van productontwikkeling, beursstands en inrichtingen.

Toen hij de opleiding had afgerond, besloot Kenbeek voorzichtig voor zichzelf te beginnen. Vier dagen in de week ontwierp hij voor Erbi, de vijfde dag hielp hij consumenten en andere bedrijven. Die combinatie werkte tot Erbi in 2012 in zwaar weer terecht kwam en werd overgenomen. Jos Kenbeek besloot zelfstandig verder te gaan met zijn eigen bedrijf ‘One Off’. “Door de jarenlange ervaring met de keukenwereld was de samenwerking met Dekker een logisch vervolg.”

Af en toe ontwerpt Jos Kenbeek keukens voor consumenten. Maar gespecialiseerd is hij in showrooms, beursstands en displays. In die rol werkt hij onder meer voor Dekker Zevenhuizen, Wave en PITT Cooking. Die hij er allemaal uit laat springen.



[1]



[2]



[3]

“Het is een jaarlijkse cyclus”, duidt hij zijn rol. “Elk jaar maken we de nieuwe trends inzichtelijk. Ik werk intensief samen met het marketingteam van Dekker. We stellen de trends vast en vertalen die naar producten en nieuwe kleuren. Daarna ga ik aan de slag met het ontwerp voor de beursopstelling voor House4Kitchen in Löhne. Na afloop van het beurssseizoen gaat bijna alles uit de beursstand naar de vaste showroom in het Dekker Trend Centre.”

BOGEN “Elk jaar is het weer een uitdaging om iets nieuws te verzinnen”, vertelt de ontwerper terwijl hij foto's op zijn laptop laat zien. “Dit was de beurs van dit jaar, die nu naar Zevenhuizen gaat. Het thema voor 2019 is Raw Rituals en New Classic. Belangrijke trendsignalen zijn de Romeinse bogen en de terrazzolook. Dat laatste zie je terug in een ‘stenen’ plein in het midden. Aan de zijkant heb ik een groot monumentaal blok gemaakt, bestaande uit zes verschillende materialen werkbladen. Op deze manier ligt de focus echt op de materialen en de nieuwe kleuren.”

“En dat geldt ook voor de nieuwe Gessi-keukenkranen, een noviteit die er echt uitspringt als het gaat om design en kwaliteit. Normaal is dit een lastig product om te promoten. Kranen vallen snel wat weg. Daarom hebben we ze allemaal op een aparte zuil gezet in het centrum van de ruimte, als een soort fontein op de Romeinse binnenplaats. Zo werden de Gessi-kranen prachtig in beeld gebracht.”

one-off.nl | dekkerzevenhuizen.nl

'Elk jaar maken we de nieuwe trends inzichtelijk'



**Trends in beeld gebracht
voor Dekker [1-3]
en House4Kitchen [4-6]**