



[1]

‘Breek de huizen open’

BOUDEWIJN ROEST OPNIEUW OP AVONTUUR

ontwerpen

Boudewijn Roest [1]

Verfijnde console Loft [2]



[2]

Matthijs Pronker

Wellness en de betere badkamer zijn het uithangbord van alles wat Boudewijn Roest onderneemt. Met een frisse, onbevangen uitstraling deelt hij zijn visie over de hedendaagse ontwikkelingen. “Zoals destijds de wand tussen keuken en woonkamer eruit ging, zo zie je hoe nu de badruimte steeds groter wordt en vaak bij het slaapgedeelte wordt getrokken. Die weldadige plek nodigt eerder uit om wat langer te douchen of een kwartiertje meer echt te ontspannen in bad. Als je een hele dag of weekend uittrekt om in het wellnesscentrum helemaal bij te komen, moet je dat thuis niet uit de weg gaan. Maar dan wel in een smaakvolle, warme omgeving. Daar dragen mijn ontwerpen toe bij, maar de complete setting is doorslaggevend.” Vanuit zijn brede designinteresse waar ook mode, wonen en auto’s bij horen, durft hij onalledaagse ideeën te ontwikkelen. Daarin wordt hij gesteund door tien jaar ervaring in sanitair, als ondernemer profiteert hij van een ingenieursopleiding en een commerciële studie. Voor de Lugg, een wastafel met vervangbare ringen eronder, kreeg hij een iF Design Award en in diezelfde tijd viel hem de ING startersprijs ten deel als bedrijfskundige.

Boudewijn Roest zette samen met Marike Andeweg het sanitairmerk Marike in de markt en verkocht het later om plaats te maken voor een nieuw avontuur: Botinger & Roi. Dat staat voor bijzondere wastafels en binnenkort ook voor baden en doucheplaten. Vanuit zijn kantoor in Zoetermeer schakelt hij tussen ontwerpen en zakelijke afwikkelingen.

“Ik probeer naast mijn dagelijkse werk zoveel mogelijk inspiratie op te doen om mijn creatieve geest zo scherp mogelijk te houden. Daarbij houd ik me wel aan een eigen stijl, minimalisme met sfeer. Dat blijft mooi op lange termijn en past zich aan veel aankledingen aan. Het contrast met grove houten planken of andere natuurlijke elementen geeft er spanning aan en die wis-

selwerking tussen clean en ruw zie ik voor de komende tien jaar nog wel doorzetten. Wit buigt om naar bruintinten en af en toe mag je ook een knalrode wastafel met solid surface maken... ik voel meestal terwijl ik schets al welk materiaal en kleur het moet worden.”

LOFT Boudewijn Roest dwingt zichzelf altijd tot tekenen op papier en laat dat dan door zijn assistenten in 3D op de computer vertalen. In veel gevallen kan er tussentijds bijgestuurd worden om een model te optimaliseren – of af te blazen omdat het niet haalbaar blijkt. Behalve met de Loft, een ranke wastafel op een verfijnde, S-vormige console.

“Tot het laatste moment hebben we met de technici in het duister getast over de haalbaarheid. Zou wat we theoretisch bedacht en met de computer meermalen doorgerekend hadden in de praktijk ook daadwerkelijk zo uitpakken? Toen de mal eraf ging, stonden we met vijf volwassen mannen ademloos de ontroering weg te slikken. Het was gelukt! Ik zoek graag extremen op, vooral omdat veel producenten niet weten dat er binnen de muren van hun mooie fabrieken veel meer kan. Het is echt gaaf om daar met een producent naar op zoek te gaan.”

Er dwarrelen al opdrachten uit de hele wereld binnen en zo vliegen de Loft-wastafels letterlijk naar Florida, Frankrijk en Libanon. Voor kopieën is hij niet bang, want juist dit huzarenstukje valt heel lastig na te bootsen. De volgende stap is het samenstellen van speciale producten bij onder meer de zorgsector. “Daarvoor



[1]

**'Sanitair is voor de lange termijn,
dus graag duurzaam'**

zijn we bezig een wastafel te ontwikkelen die niet meer aan een ziekenhuis doet denken, maar eerder aan een luxe hotel. Alle eisen van het revalidatiecentrum nemen we mee maar de vormgeving is zo fraai dat het elke revalidatie bevordert. Die wastafel gaat er ontzettend mooi uitzien en we nemen hem straks op in de collectie, ook voor privégebruik."

Graag zou Boudewijn Roest meer willen bijdragen aan de badkamer bij de consument thuis. "Het liefst nam ik ontwikkelaars van nieuwbouwwoningen aan de hand om te laten zien wat er allemaal kan. De meeste consumenten en projectontwikkelaars blijven nog altijd in het gebruikelijke hangen en hebben geen idee dat ze vele stappen verder kunnen komen. Dat hoeft echt niet direct duurder te zijn."

DUUR Met die constatering stapt hij op zijn stokpaardje: de kosten van een mooie badkamer. "Zelfs mijn eigen moeder ziet me tekenen en een plan maken en roept dan o nee, dat wordt veel te duur. Dan

heb ik nog geen prijs genoemd. Dus als iets er mooi uitziet, denken de mensen dat het veel kost. En zodra er een binnenhuisarchitect aan te pas komt, denken ze al snel dat de euro's weggrollen. Die misvatting is heel frustrerend. Er zou een bewustwording moeten ontstaan dat design voor iedereen toegankelijk is en niet direct de hoofdprijs kost."

Zijn brede klantenkring bestaat deels uit net afgestudeerden die van design houden maar nog geen vette salarissen verdienen. Opgetogen laat hij de modellen zien die kwaliteit en mooie belijningen bundelen voor bedragen die niet veel hoger liggen dan het gemiddelde meubeltje met wastafel van minder allooi. Diverse exemplaren grijpen terug op vormen uit de jaren zeventig. "Dat waren jaren waarin het individuele actie durfde te ondernemen. Dat zou weer moeten terugkomen, want die grijze massa die op safe speelt is in ons land veel te groot geworden. Ik wil die klanten stimuleren om weer wat eigenzinniger te durven kiezen. Langzamerhand moeten mensen weer voor

zichzelf gaan zorgen en de generatie tussen 20 en 40 doet dat al. Dat bevordert het individuele denken en handelen van de komende generaties."

ACCESSOIRES Boudewijn Roest geeft in elk geval het goede voorbeeld door onvervaard te investeren in de toekomst en goed om zich heen te kijken. Hij grinnikt: "Dat is niet zo moeilijk met alle huidige communicatiemiddelen. Vroeger kreeg je via het televisie-nieuws een lobby, bij voorbeeld tegen kernenergie. Nu zien jongeren het laatste wereldwijde nieuws of de allerlaatste trends real time voorbijkomen. Dan kun je je onderscheiden door daar direct in mee te gaan of juist niet. Een voorbeeld: dat trendy jurkje van vijftien euro koop je direct, voor één seizoen. Maar een jurk van driehonderd euro moet zo mooi zijn dat hij zeker drie jaar mee kan. Sanitair is voor een nog langere termijn, dus graag duurzaam. Daar kan net als bij die neutrale jurk met accessoires telkens iets nieuws ontstaan. Dat gebeurt nog veel te weinig."



[2]



[3]



[4]

Een ander heikel punt vanuit de ontwerper zijn de inrichtingen van huizen waarin het toilet piepklein blijft en de badkamer krap. "Sinds de jaren tachtig is er niets veranderd. De bewoners hebben het maar te slikken – los van degenen die een eigen huis kunnen neerzetten. Ik begrijp dat we ons aan de regels van het Bouwbesluit moeten houden maar de boel zit muurvast. Dus waar laten we nu die sauna of Turkse stoomcabine? Breek de huizen open! Er moet veel meer naar de consumenten geluisterd worden. Dat doe ik ook en op het punt van wellness zeg ik: geen whirlpool binnen maar gewoon een mooi groot bad waarin je lekker kunt uitrusten. Het moet er warm en aangenaam zijn zoals we dat ook in de woonkamer willen. En als je die eigen sauna goed hebt kunnen integreren, zul je zien dat je huis een meerwaarde krijgt. Geniet er dan maar van dat je het voorlopig niet hoeft te verkopen!"

www.botinger-roi.com

[5]



Cabanel als waszuil [1]

De bekroonde Lugg [2]

Wastafel Badia puur [3]

**Loft in een
totale setting** [4]

Schets voor Loft [5]