



[1]

Luisteren naar luxe

MARCO VAN HAM ZOEKT HET HART VAN DE KLANT

ontwerpen

Marco van Ham
...het begint met
gedachtenlezen... [1]

Klassieke vormen [2]



[2]

Erik van den Berg

Al jaren werkt interieurarchitect Marco van Ham onder de merknaam New Classic Luxury. “Maar eigenlijk dekt die de lading niet meer”, geeft hij toe, zittend in een ruime fauteuil in zijn kantoorpand langs de A27. “Vroeger was ik meer klassiek dan nu. En nu ik er goed over nadenk, heeft alleen de term ‘luxury’ de tijd overleefd. Het blijft een luxe om een interieurarchitect in te huren en op mijn beurt beschouw ik het nog steeds als een luxe dat klanten mij de tijd en ruimte geven om luxe te creëren.”

Over het algemeen creëert hij deze luxe voor particulieren. Werd hij vroeger nog wel eens gevraagd voor een enkele kamer, tegenwoordig benaderen klanten hem alleen als hele woningen, landgoederen of kastelen ingericht moeten worden. Vaak gaat het om unieke projecten, zoals grachtenpanden in Amsterdam, villa's in Kuala Lumpur of landgoederen in Staverden. Opdrachten waarvan hij er jaarlijks hooguit tien aanneemt. “Het begint met luisteren”, ontleedt hij het ontwerpproces. “Of eigenlijk met gedachtenlezen, een van de belangrijkste eigenschappen die je als ontwerper moet hebben. Dat wordt vaak onderschat, ook door ontwerpers zelfs. Het is iets aangeborens, het talent om te luisteren, klanten te begrijpen, ook al kunnen ze hun wensen niet goed verwoorden. In mijn optiek is dat even belangrijk als gevoel voor licht en materialen.”

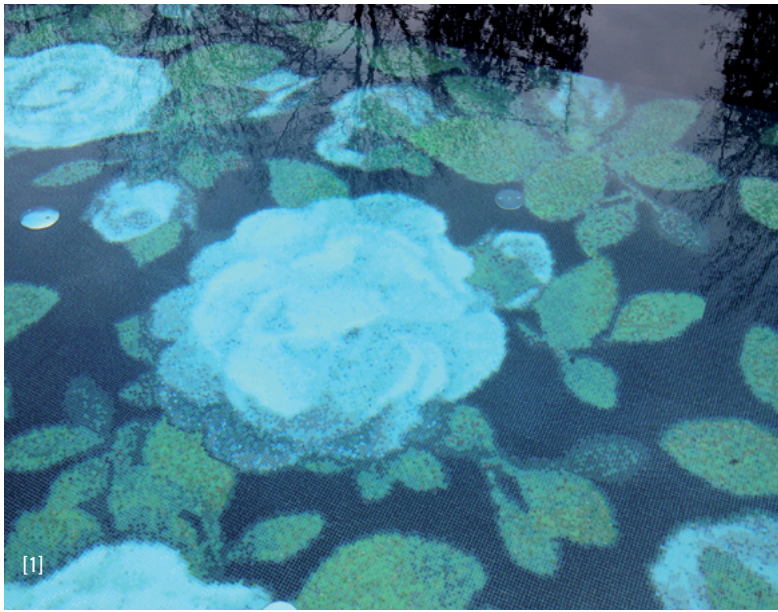
Als hij eenmaal weet wat de klant wil, is het een kwestie van schrappen: “Ik zie het ontwerpproces als een soort van trechter. Het is zoeken en uitproberen. Er zit van al-

les in je hoofd, maar slechts een deel is verfijnd genoeg om door een trechter te lopen. Eerst verschijnen de contouren, de looplijnen. Al snel volgt het licht, gevolgd door de materialen. En pas dan, als de rest er al is, de kleuren.”

Hoe dat proces in zijn hoofd precies werkt, kan hij moeilijk omschrijven: “Het is een combinatie van logisch redeneren en gevoel. Neem bijvoorbeeld een ontspanningsruimte met zwembad en een sauna. Het gaat om een privéruimte, waar de bewoners vaak naakt zullen zijn. Die kwetsbaarheid stelt belangrijke eisen aan akoestiek, lichtinval en materiaalkeuze. Daar bestaan standaardregels voor, maar die combineer je door je hart te laten spreken, en het hart van de klant. Hoe dat stukje intuïtie vorm krijgt, is moeilijk te beschrijven.”

VEILIG Uiteindelijk leidt dit proces tot drie varianten, die alledrie worden voorgelegd aan de klant. De eerste is wat hij noemt ‘de veilige optie’. De tweede optie is wat hij denkt dat de klant wil. En de derde bestaat uit wat hij denkt dat de klant zou moeten willen. Dat wat hij eigenlijk wil, maar waarvan Marco van Ham twijfelt of de opdrachtgever dat al weet.

Tot zijn eigen voldoening kiezen klanten steeds vaker voor optie drie. Deels komt dat waarschijnlijk doordat mensen hem steeds bewuster vragen om iets unieks te maken, maar mogelijk ook omdat hij steeds vaker voor buitenlandse klanten werkt. “Ik merk dat in Nederland de architectuur-dictatuur voorbij is. Klanten



[1]

**Bloemen van
mozaïek** [1, 2]

**Eerst licht,
dan materialen,
dan kleur**
[3, 4, 5, 6]



[2]

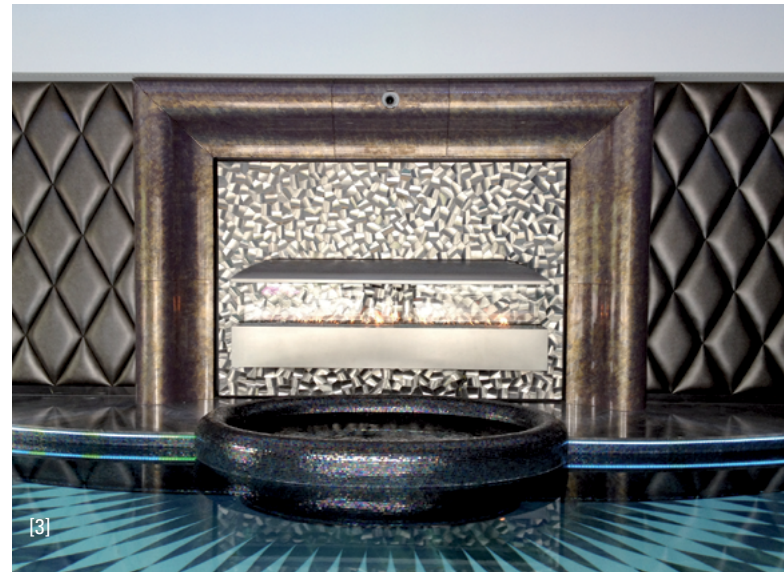
nemen niet meer zomaar iets aan van een ontwerper. Dat is enerzijds goed, maar het slaat een beetje door. Je vraagt iemand toch om zijn visie. In het buitenland krijgen designers vaker de volledige vrijheid. Daar zien ze ontwerpen meer als een vak, wat vaker leidt tot unieke projecten. Daarom vind ik het ook prettig om internationaal te werken. Daar kiezen ze net iets vaker voor optie drie.”

Op zijn beurt werkt dat reizen ook weer inspirerend: “Ik heb veel internationale klanten. Die reizen veel, slapen veel in internationale hotels en hebben daardoor een internationale beleving van tijd, ruimte en luxe. Dan is het belangrijk om zelf ook veel te reizen. En sowieso reis ik graag om nieuwe ideeën op te doen. Elk land heeft z'n eigen natuur, gewoontes, ambachten en bouwstijlen. Soms zijn ze totaal anders dan bij ons, maar vaak gaat het om nuanceverschillen. Juist daar kun je veel van leren, door naar die kleine verschillen te kijken en te zien hoe mensen net een fractie anders kijken naar tijd en ruimte.”

Het is niet voor het eerst tijdens dit interview dat Marco van Ham de termen ‘tijd’ en ‘ruimte’ laat vallen. Net als ‘reizen’ en ‘luxe’ behoren ze tot zijn vaste vocabulaire: “Ontwerpen is een soort ontdekkingsreis”, maakt hij de cirkel rond. “Een ontdekkingsreis zonder einde, waarbinnen je steeds nieuwe dingen leert. Wat dat betreft denk ik dat je als ontwerper tot je negentigste kunt door-evolueren, zolang je maar helder van geest blijft.”

KANTOOR “Daarom heb ik ook nog nooit een boek gemaakt. Ik ben nog te veel op reis. De evolutie is nog niet volbracht. En daarom werk ik ook nog steeds hier, in een kantoorpand langs de snelweg. Want hoewel ik vaak op het punt heb gestaan om me ergens definitief te vestigen, ben ik altijd bang dat ik dan een kantoor bouw waar ik tien jaar later al weer spijt van heb. Omdat ik er dan door al dat gereis anders naar ben gaan kijken en anders ben gaan nadenken over de ruimte.”

marcovanham.com



[3]



[4]



[5]



[6]