

HIP, HOT & HOLLANDS

Vernieuwd Hilton Schiphol verrast

**Topchefs
over 2016:
puur boven
opsmuk**



54

The Bishop Leiden
Strijd om elke centimeter

16

Designtrends 2016
6 pagina's inspiratie en tips

70

Horecava
Programma en overzicht

Trends 2016

Design in dienst van de 'nieuwe gast'

Blauw wordt de nieuwe trendkleur. Duurzaamheid is geen trend, maar een lifestyle. 'Mensen zijn minder geïnteresseerd in materiële zaken en hebben meer belangstelling voor gezondheid. Dat heeft invloed op het design in horecabedrijven.' Dit en nog veel meer kwam uit het onderzoek dat Misset Horeca deed onder 50 nationale en internationale architecten en designers.

Blauw wordt de nieuwe trendkleur in hospitality design. Dit blijkt uit de enquête die Misset Horeca hield onder 50 (inter)nationale designers. Blauw staat voor rust, ontspanning en trouw. Voor water, hemel en neutraal, maar ook voor communicatie en koel. David Rockwell, van Rockwell Group in New York, is één van de vele designers die fan is van de kleur: 'In blauw heb je enorm veel kleurmogelijkheden – van subtiel en bleek tot vet en brutaal.'

Die mening wordt gedeeld, want 30 procent van de ondervraagde designers noemt blauwvarianten als opkomende trendkleur, zoals vergrijsde blauwtinten, fuchsiablauw, petrolblauw, zeeblauw, babyblauw en levendig en diepblauw. Ook turquoise is een gewilde kleur.

Bont en blauw

Naast de kleur van water en lucht zijn er ook andere, natuurlijke tinten die we gaan zien in het interieur van horecazaken. Baranowitz Kronenberg Architecture in Israël: 'Kleuren

en texturen van zand, steen, hout, flora, lucht en water zullen leidend zijn. Gasten willen *back to basic* en hebben behoefte aan een kalmerende, relaxte omgeving. Daarom zijn kleuren die worden geassocieerd met de natuur en vrijheid van meningsuiting in opkomst.'

Vier designers geven echter aan dat het weer uitbundiger en kleurrijker gaat worden. Enbiun in Amersfoort stelt dat alles kan: 'Alle combinaties van kleuren en patronen zijn mogelijk. Het kleurgebruik wordt feller en voller. We gaan weg van pasteltinten.' Bruzkus Batek Architekten in Berlijn geeft aan dat ongewone kleurcombinaties hot worden. 'De techniek voor de productie van verven en lakken heeft een enorme ontwikkeling doorgemaakt. Bijna elke denkbare kleur kan worden geproduceerd. Nieuwe kleuren worden met elkaar gecombineerd.'

Goud en roze zijn ook kanshebbers als trendkleur. 'Met roze kun je mooie accenten aanbrengen. Ons bureau gebruikt heel veel tinten roze. We zien deze kleur ook veel terug



Blauwtinten geven een elegante sfeer in Blue Wave cocktailbar in Barcelona.

'KLEUREN GEASSOCIEERD MET DE NATUUR ZIJN IN OPKOMST'

in horecaconcepten. Roze combineren wij met wit, zwart en warme metalen', zegt William Harris van AvroKo Hospitality Group in New York.

Projectafhankelijk

Hilde Peters-Wopereis, van Ontwerpplek in Utrecht, verwoordt de mening van 20 procent van de designers: 'Wij geloven minder in trendkleuren en meer in kleuren afgestemd op het project. Wat willen de ondernemer en ik met kleur bereiken? Wat is de identiteit van de onderneming en waar vraagt de architectuur om?'

Juan Carlos Menacho in Bolivia bevestigt dit: 'Naar mijn mening is er niet zoiets als een trendkleur in een horecaontwerp. Alles hangt af van het project zelf, het gevoel en de locatie van het pand. Ik doe graag totaal onverwachte dingen om mijn klanten en hun gasten te verrassen.'

Ook Erik Nissen Johansen, Stylist Trampoli AB in Zweden, doet niet mee aan trends: 'Bij Stylist hebben we altijd geprobeerd om er buiten te werken: creëren van ervaringen die nieuw voelen en langer gelden dan één seizoen.' Van één ding is dit Zweedse designbureau zeker: 'Het is niet meer van deze tijd om kleuren te kiezen aan de hand van een bedrijfslogo. Dat is saai en ouderwets. Tegenwoordig ligt de focus op het creëren van een gezellige, warme en gastvrije sfeer.'

Maatschappelijke thema's

In elk zaak of ontwerp spelen veiligheid, toegankelijkheid, duurzaamheid en ergonomie een grote rol. Volgens Lieven Musschoot uit België is dit voor designers altijd al zo geweest, maar wordt tegenwoordig vooral de nadruk gelegd op duurzaamheid. Maatschappelijke thema's hebben een invloed op het design in hotels, cafés en restaurants.

Duurzaamheid houdt alle designers bezig.

Actueel

'HET DRAAIT NIET OM WAAR HEB IK NU ZIN IN?' MAAR 'OM HOE WIL IK ME HIERNA VOELEN?'



FOTO: EDMOND LEONG/ONTWERP_C13 - PARK LANE IN HONG KONG

Trend gaat richting luxe met een ruw randje. Zachte en kleurrijke stoffen tegenover beton. Roze is hot.



FOTO EN ONTWERP: CAMIEL WELLENBERG

Restaurant Raw in Taipei: lokaal hout, lokaal geproduceerd, natuurlijke materialen en kleuren.

Kernwoorden voor ontwerpers zijn: energiebesparing, hergebruik, duurzaam, *no waste* en lokaal geproduceerd. Duurzaam is geen trend, maar een lifestyle. Gasten zien duurzaamheid steeds meer als vanzelfsprekend en daarom kan de horeca er niet omheen.

Mattia Stabile, van Crea International in Milaan: 'Mensen zijn minder geïnteresseerd in materiële zaken en hebben meer belangstelling voor gezondheid. Dat heeft invloed op het design in horecabedrijven.'

Claudiu Toma, Parasitstudio02 in Timisoara (Roemenië), sluit zich daarbij aan. 'De zorg voor het energieverbruik en het behoud van de natuurlijke omgeving, samen met de overbevolking zal druk uitoefenen op de designtrends in hospitality.'

Michel Ruijgrok, Estida in Amsterdam, bevestigt dit alles. 'Duurzaamheid kom je op alle vlakken tegen in de hospitality. Ledverlichting in plaats van gloeilampen. Biologisch voedsel, lokaal geproduceerd; gasten weten wat ze eten en drinken. Slim gebruik van grondstoffen: een oud tapijt wordt weer opgehaald door de leverancier en die maakt er vervolgens weer een nieuw tapijt van. Of koffieprut hergebruiken door er paddenstoelen op te kweken.'

Gasten van vandaag zijn zich bewust van wat ze consumeren. Crea in Milaan: 'De horeca speelt een steeds belangrijker rol in

het gasten laten genieten van een luxer leven, zoals privé-kooklessen, informatie over gezond eten en zelfs fitnesslessen in bijvoorbeeld een hotel.'

Natuur

Het design- en onderzoeksbureau in Milaan vervolgt: 'Mensen ontvluchten soms hun drukke en stressvolle, dagelijkse leven en willen voor ontspanning naar een meer harmonieuze omgeving. Hotels van de toekomst bieden daarom unieke, persoonlijke ervaringen in de natuur, zoals luxe boomhutten. Ook komen er meer concepten waarbij de grenzen vervagen van buiten naar binnen, door bijvoorbeeld gebruik te maken van grote ramen, natuurlijke verlichting en bomen en planten die naar binnen worden gehaald.'

Enbiun in Amersfoort stelt dat de keuze van wat je eet niet meer draait om 'Waar heb ik nu zin in?', maar om 'Hoe wil ik mij hierna

voelen?' 'Het is bewezen dat je net voor een creatieve brainstorm door het eten van rauwe groenten en fruit alerter wordt. Je activiteit moet leidend zijn in wat je eet en drinkt.'

Lokaal

Dan Einzig van Mystery Design in Londen schetst het grootste sociale thema in Los Angeles dat invloed heeft op een hospitality-ontwerp: 'De stijgende aanwezigheid en populariteit van *real food*. Dit fenomeen is niet per se superfood, maar eten dat gezond, lokaal geproduceerd, duurzaam is en bij voorkeur onbewerkt of biologisch is.'

Het doorvoeren van duurzaamheid in het design is vaak nog een grote investering, vindt Crielaers & Company in Blaricum. Het bureau hoopt daarom dat door betaalbare, slimme materialen het duurzaam ontwerpen toegankelijker wordt.

Vladimir Mindru, Yellow Office architect-

ture in Boekarest, denkt niet dat duurzaamheid een belangrijk thema zal worden in de horeca. Spelen met ruimtes en materialen zijn van groter belang dan duurzaamheid. Memos Filippidis, Mplusm Architects in Athene, ondersteunt die mening: 'Duurzaamheid is van groot belang, maar voor een gast die duizenden kilometers is komen overvliegen, minder interessant. Een ruimte die sociale contacten bevordert, is dan belangrijker.'

Multifunctioneel

In MH Design (oktober 2015) is de veranderende functie van de hotellobby al genoemd: 'De hotellobby als huiskamer'. Het traditionele concept van de lobby heeft zijn beste tijd gehad, zeggen de creatieven van Design-Agency Toronto. De lobby wordt een werkruimte, een restaurant, een koffiebar en een winkel ineens. De trend is om in je zaak meer te mengen met het oog op een complete

advertentie

QUORION
Data Systems GmbH

van hessen
in gelsenkirchen

Van Hessen biedt met de QTouch 15 een oplossing voor de hedendaagse uitdagingen waar menig ondernemer mee wordt geconfronteerd.

Het ergonomische ontwerp in combinatie met de krachtige hardware en talloze mogelijkheden binnen de software, maken de QTouch 15 tot een ideale oplossing, zowel in de presentatie als in de prestaties, voor iedere horecaonderneming.

Naast geïntegreerde mogelijkheden als voorraadbeheer, gastenbeheer en functies voor bezorgen en afhalen, kunt u ook eenvoudig mobiele Android terminals in het systeem installeren.

Wenst u meer informatie:

VAN HESSEN B.V.
Wolweverstraat25
2984 CE Ridderkerk
Nederland

Tel.: +31 (0) 180 442 800
Amsterdam-Apeldoorn-Oosterwolde

E-Mail: info@vanhessen.nl
www.vanhessen.nl

AUTOMATISERINGSSYSTEMEN, HARDWARE EN SOFTWARE
ICT-DIENSTEN
OPLEIDINGEN

ZORGT U VOOR UW GASTEN, DAN ZORGEN WIJ VOOR UW AUTOMATISERING!

ervaring voor de gast, vindt Roberto Ferlito, Nabito Architects in Barcelona. Een hotel van vandaag is als een kleine stad waar je de hele dag kunt doorbrengen.

Deze trend komt voort uit het veranderende gedrag van de mens. We leven in een snelle digitale wereld. Steeds vaker zijn we in ons drukke leven op zoek naar een moment van stilte, een geluismoment, een fijne werkomgeving en een plek om te ontmoeten, meent Hilde Peters-Wopereis. Werk en privé lopen steeds meer in elkaar over. Gasten willen in een horecazaak alles kunnen doen: werken, ontspannen, eten, drinken, slapen, ontmoeten en sporten.

'Deze nieuwe vormen van sociaal gedrag én ontwikkelingen door middel van digitale en technische mogelijkheden, zullen invloed hebben op de manier waarop we gebruik maken van horecaruimtes, zegt Peter Joehnk van JOI-Design in Hamburg. 'Dit zal ondernemers en ontwerpers dwingen om deze ruimten te heroverwegen.'

Afroditi Krassa in Londen vult aan: 'Door stedengroei is er minder ruimte en daarom moeten de ruimtes beter worden ingedeeld. Multifunctionele ruimtes worden het knooppunt van activiteiten. Een ontwerp moet hierop worden aangepast.'

Ook beleving speelt bij de nieuwe gast een grote rol. Mensen gaan uit voor een bijzondere ervaring, waarbij de zintuigen worden geprikkeld. Ze willen een 'wow'-beleving. Ontwerpen evolueren daarom naar meer unieke ruimtes: texturen, verlichting en geuren worden toegepast om nieuwe ervaringen te creëren.

Erik Nissen Johansen van Stylt Trampoli in Zweden denkt dat het veranderende gedrag van gasten de horeca dwingt om zich aan te passen. Om je te onderscheiden is hij van mening dat een zaak zich moet richten op één specifieke doelgroep. 'Mensen kiezen een zaak uit op basis van hun levensstijl.' Voorbeeld is restaurant Palaeo in Kopenhagen, dat 'primal gastronomy' serveert: menu's gebaseerd op het Paleo-dieet 2.0, een soort oervoedsel dat onze voorvaders aten.

Welke materialen zijn hot?

Gerecycled materiaal of tweedehands spullen een tweede leven geven is nog steeds in. 'Dit komt deels door de vintage beweging', zegt interieurarchitect Lieven Musschoot uit België. 'Edele materialen, zoals koper, messing, zilver en goud, zijn ook in opmars. Net als duurdere houtsoorten, zoals palissander'. Volgens Lianne Bongers van Studio Lime in Eindhoven zijn ook marmer, kurk en

brons met een revival bezig.

HBA in Dubai: 'In de horeca is er een opkomende trend om eco-duurzaam door te voeren in design, bijvoorbeeld door lokale materialen te gebruiken.' JOI-Design in Hamburg ziet echter steeds meer dat deze natuurlijke materialen versmolten worden met contrasterende texturen of met high-tech-stoffen die zijn gepolijst. Bijvoorbeeld witte en roestvrijstalen oppervlakten, gecombineerd met oud eikenhout en afgewerkt met een combinatie van mat en glans.

Contrast

Gebruik van contrasterende materialen wordt door meerdere designers gesignaleerd. Enbiun in Amersfoort stelt dat pure materialen, zoals hout en beton, nog steeds in trek zijn, maar dan in combinatie met afwijkende materialen.

Enbiun noemt piepschuim in combinatie met hout als voorbeeld: 'Een combinatie die lijnrecht tegenover elkaar staat, in plaats van dat ze bij elkaar past. Geen ingewikkelde samengestelde materialen, maar juist heel

basale. En van goede kwaliteit, want goedkoop is uit.'

Crème Design in New York en Yellow Office in Boekarest constateren gebruik van eerlijke materialen en onverwachte tegenstellingen, zoals hard en zacht, geweven en niet-geweven, ruwe materialen in contrast met glanzende oppervlakken. Hout en steen, maar ook hout en metaal hebben volgens deze designers een mooi effect.

Luxe met een ruw randje

Naast het gebruik van afvalmateriaal is ook een trend richting luxe zichtbaar. Estida in Amsterdam: 'Het design wordt luxer en kleurrijker. Het hoeft niet meer van pallets en ander afvalmateriaal gemaakt te zijn, of heel industrieel. Wél is het belangrijk dat het materiaal duurzaam is.'

Ook AvroKo Hospitality Group in New York ziet een verschuiving van het industriële en teruggewonnen items naar een meer luxe materialen, met meer patronen, heldere en sterke kleuren. Shaun Clarkson in Londen zegt: 'Het is luxe met een vleugje ruw. Metaaltinten, roestig staal en gebleekt hout,



FOTO EN ONTWERP BANG, JONAS HIRBERG, ZWEDEN/VERKEERBAAR, NORDREHOLMEN.

Grenzen vervagen van buiten naar binnen, door bijvoorbeeld grote ramen.