



■ Stoere schommel van Rebelhamels: voor mannen die het kind in zichzelf koesteren.

Misère schept kansen

Eerlijk is eerlijk, Woonbeurs Amsterdam viel tegen dit jaar. Maar positief aan een tam jaar is dat er ruimte komt voor nieuwe geluiden. Zoals de emancipatie van de bouwmarkten, van de consument én van de man.

door Suzanne Dijkstra en Renske Schriemer

Karwei steelt de show

De grootste verrassing van de Woonbeurs was dit jaar de aanwezigheid van Karwei. De bouwmarkt was er voor het eerst en presenteerde in een ruime stand zowel de nieuwe meubelcollectie als een aantal doe-het-zelfvoorbeelden in fraaie huiskamers. Ze deden niet onder voor de styling in bijvoorbeeld het inspiratiehuis van 101 Woon-ideeën. Karwei profileert zichzelf nadrukkelijk als 'creatieve bouwmarkt', met veel meubels en accessoires. Hierdoor weten steeds meer vrouwen de winkel te vinden. De pop-up store op de Woonbeurs krijgt binnenkort een vervolg op de Dutch Design Week, van 18 tot en met 26 oktober. Hier presenteert de bouwmarkt meubels van slechts één plaat underlayment. „We laten in Eindhoven zien dat je heel makkelijk eigen design kunt maken. Bezoekers krijgen een patroon en werkbeschrijving mee naar huis. Het zijn niet zomaar bouw-pakketjes, maar serieuze designs van strategisch bureau Dedato”, zegt Matthijs van Ewijk, brandmanager van Karwei. Best gewaagd van een bouwmarkt om zich eerst op de Woonbeurs te meten met professionele woonstylisten en vervolgens de strijd aan te gaan met het werk van designers op de Dutch Design Week. Van Ewijk: „Wij maken actuele woonmode voor een breed publiek bereikbaar.” Het is een fenomeen dat in de mode al langer bekend is. Ketens als H&M en Zara weten razendsnel catwalktrends te vertalen naar een toegankelijke collectie voor een groot publiek.

Het kind in de man

De Woonbeurs is vooral het domein van vrouwen. Elk jaar krijgt het evenement een groter Huishoudbeursgevoel, dankzij de vele stands waar iets te kopen valt. Niet alleen in de speciale webshopstraat, ook bij woonspullenmerken en de koopjeshoek van VT Wonen verdrongen dames zich om souvenirs te bemachtigen. Toch werd ook de man niet vergeten dit jaar. Sterker, de emancipatie van de man op woongebied lijkt een feit. Althans, de man die het kind in zichzelf koestert. Zijn oog viel wellicht op de stoere schommels van Rebelhamels, waarop volwassenen zich weer even kind voelen. En op de duurzame, Lego-achtige bouwstenen van BB Bricks, waarmee je net als vroeger eindelijk kunt creëren. Hoogtepunt voor de man was de sub-beurs Experiencezzz, met alles op het gebied van audio en video voor thuis.

Ideaal nieuwbouwhuis

Een vreemde eend in de bijt op de beurs was Woonlab, van een cluster van bouwondernemingen van TBI Bouw. Hier geen inspiratie voor het inrichten van je huis met leuke accessoires en behangetjes, maar een onderzoek naar het ideale nieuwbouwhuis. „De tijd dat we klakkeloos nieuwbouwwoningen konden neerzetten, is allang voorbij. We luisteren nu heel goed naar de eindgebruiker. Wat wil de toekomstige bewoner en hoe kunnen we daarop inspringen zonder meteen allerlei meerkosten te rekenen”, zegt Esther Gierveld van Woonlab. Het concept LekkerEigenHuis werkt als een Legodoos, waarmee zowel professionals als toekomstige bewoners hun project of woning kunnen samenstellen. Met zeven vormtypes, tien architectuurstijlen, vier basisplattegronden, zes beuk- en dieptematen en veel materialen en opties, zijn er tienduizend verschillende woningvarianten mogelijk. Het is de eerste keer dat de bouwbedrijven zich op deze manier onder het publiek mengen op de Woonbeurs, duidelijk op zoek naar de wens van de consument. Ook dat is verrassend, de emancipatie van gebruikers, die weer mogen zeggen hoe ze het willen hebben in eigen huis.

www.woonbeurs.nl; www.karwei.nl;
www.leukewoonwinkel.nl; www.rebelhamels.nl;
www.lekkereigenhuis.nl

reageren?
wonen@depersdienst.nl

“ We laten zien dat je makkelijk eigen design maakt, met een patroon en werkbeschrijving

Matthijs van Ewijk, Karwei



■ Huiskamerconcept Karwei: Dedato bedacht het, de finishing touch was van Stylecookie.

■ Karwei wist met een hippe stand alle ogen op zich gericht en profileert zich als de bouwmarkt die ook oog heeft voor de dames: zij zijn uiteindelijk toch degenen die thuis de broek aan hebben als het om de inrichting gaat. foto's DesignPress