

Op één plek de was doen, koffiedrinken, studeren, lunchen en online werken? Vanaf begin september kunnen vooral Amsterdammers hiervoor terecht bij de eerste Wash & Coffee van Nederland. Deze was-salon en koffiebar in één op het Marie Heinekenplein (Quellijnstraat 90) in Amsterdam werd onlangs door Lieke van Lexmond geopend. Afhankelijk van het succes wil men een uitrol doen plaatsvinden in andere grote steden waar behoefte is aan een dergelijk concept.



Zo was het



En zo is het nu

Bosch en Persil lanceren eerste Wash & Coffee in Amsterdam

# Huishoudelijke taak wordt aangename bezigheid

Deze Wash & Coffee, de tweede vestiging overigens ter wereld, is het resultaat van een internationale samenwerking tussen Bosch en Persil en beide fabrikanten hebben het ook opgezet. Wash & Coffee is een ontmoetingsplaats waar bezoekers hun was kunnen doen terwijl ze genieten van koffiespecialiteiten en broodjes. Frans-Anno Tweebekke en Jean Baptiste Santoul, algemeen directeurs van BSH Huishoudapparaten B.V. en Henkel Benelux, zijn in hun nopjes met het feit dat ze een Wash & Coffee in Amsterdam hebben kunnen openen: "Voor zowel Bosch als Persil is het een ideale plek om direct met consumenten in dialoog te zijn en bijvoorbeeld waservaringen uit te wisselen en productinnovaties te toetsen". De verbouwing nam afgelopen voorjaar een aanvang en in september was alles een voldongen feit. De architect is Dedato ontwerpers en architecten uit Amsterdam, de aannemer voor de verbouwing is J.C. Nieuwenhuizen B.V., eveneens uit Amsterdam. Ook de installaties werden door laatstgenoemd bedrijf ter hand genomen. Het pand, waar voorheen een winkel van Rembrandt Glas B.V. in was gevestigd, is monumentaal maar was in slechte staat. Dat zorgde voor een aantal uitdagingen waaronder de watertoevoer. Het was ook geen fluitje van een cent om de machines allemaal op de juiste plaats te krijgen. Maar verder is de verbouwing goed verlopen. Betrokken partijen hebben goed werk geleverd en ze hebben er

eveneens alles aan gedaan om de opening op tijd te laten plaatsvinden. Het resultaat mag er dan zeker ook wezen.

## Van wassen een beleving maken?

Met dit unieke concept bieden Bosch en Persil een beleving die inspeelt op de trend dat consumenten steeds vaker activiteiten combineren om hun kostbare tijd nuttig te besteden. De opening van Wash & Coffee Amsterdam volgde na een succesvolle introductie in 2010 in München. Het interieur van beide vestigingen, in Amsterdam en München dus, werd verzorgd door de firma Haagen Ladenbau. Virupa uit Aalten verzorgde de lichtbakken aan de gevel en de instore wandsignering. Bosch en Persil zijn overigens met Dedato, J.C. Nieuwenhuizen, Virupa en Haagen in zee gegaan via contact-

personen die daar al eerder succesvol mee gewerkt hebben. Gratis Wifi in het loungegedeelte biedt de mogelijkheid om te studeren of te werken tijdens het wachten op de was. Daarnaast heeft Wash & Coffee een was- en strijkservice die het mogelijk maakt om het gehele wastraject uit handen te geven. Zo wordt de noodzakelijke huishoudelijke taak een aangename bezigheid. Ook worden bij Wash & Coffee regelmatig diverse evenementen georganiseerd, zoals een *stand-up comedy* avond of een *workshop* strijken voor studenten. Het concept in Amsterdam is weliswaar een voortzetting van de formule in de zuid-Duitse stad maar er is desalniettemin tóch sprake van een geheel eigen identiteit dankzij de optimale gebruikmaking van de ruimte en de toevoeging van een aantal nieuwe elementen. De beschikbare ruimte >

## TISCHLEREI HAGEN VERANTWOORDELIJK VOOR INTERIEUR

*Winkelrichting en interieurverzorging en dat dan met groot gevoel voor wat écht van belang is impliceert de planningsfase tot en met de oplevering. Daarbij horen een creatief gebruik van materialen, licht, kleuren en design. Een bedrijf dat in dit opzicht van de hoed en de rand weet is de Duitse firma Tischlerei Heinrich Hagen GmbH & Co KG uit Rosendahl. Bij Wash & Coffee verzorgde dit specialistische bedrijf met veel gevoel voor realiteitszin het complete winkelinterieur, in zowel München als Amsterdam. Het concept van de winkel in Nederland is in principe gelijk aan dat in Duitsland. In Amsterdam, zou je kunnen zeggen, heeft Hagen wat meer sfeer gecreëerd, onder meer door het materiaalgebruik en door de toevoeging van een leestafel. Het bedrijf Hagen dateert al van 1932. Voor Wash & Coffee maakte men een creatief concept wat moest aansluiten op de Amsterdamse doelgroep. Hagen wist met verbluffend gevoel voor sfeer de beoogde belevingswereld feilloos neer te zetten*

**TISCHLEREI  
HEINRICH  
HAGEN**  
GmbH & Co. Kommanditgesellschaft

[www.hagen-ladenbau.de](http://www.hagen-ladenbau.de)





in Amsterdam is namelijk niet te vergelijken met die in München (meer vierkant, geen twee verdiepingen). Er is in Amsterdam ook gebruik gemaakt van bamboe voor de vloeren, de bar en de tafelbladen en de lampen boven de tafels en de bar zijn druppelvormig. De store in Amsterdam heeft bovendien een uitgesproken couleur locale: de wandstickers geven fraaie staaltjes van Amsterdamse architectuur weer.

### Industrieel

Het industriële karakter dat de gevel kenmerkt bleef gehandhaafd. Sterker nog: het werd nog eens extra geaccentueerd door de pui antracietgrijs te maken. Het rolluik is vervangen door een driedelige glazen vouw wand. Zodoende is er ook direct contact met het Marie Heinekenplein én het nodigt uit tot binnenlopen. De gevel kan in zijn geheel open. Binnen in de winkel komt het industriële karakter tot uiting in de glazen lichtkap achterin. Deze wás al aanwezig maar is gerenoveerd. Het interieurconcept is in de basis hetzelfde als in München. Er is wel sprake van wat meer sfeer door onder meer het materiaalgebruik en door de toevoeging van een leestafel, dit in aansluiting op de beoogde, Amsterdamse doelgroep. Er is voorts voor gekozen om royale toiletruimtes te maken, als extra service. Zulks wordt tegenwoordig in de winkelgebieden (denk daarbij aan de Albert Cuyp er vlak achter) in hoge mate gewaardeerd. Specifiek is de vermenging van functies. Het zuiver zakelijke van de 'wasserette'-functie krijgt nu een huiselijk karakter waar je ook met de laptop kunt werken of waar je studie-afspraken kunt maken. Er staan eveneens strijkplanken waar je zelf je was kunt strijken en er zijn tafels om gezellig samen je was te vouwen. Samen met een kopje koffie en een broodje wordt het een sociaal ontmoetingspunt. Het meubilair achterin de zaak kan worden verplaatst waardoor die ruimte ook voor andere doeleinden als presentaties en bijeenkomsten gebruikt kan worden. Het huiselijke aspect heeft een dubbele functie.

Het moet allereerst ook uitnodigen om (ooit) thuis ook zo'n wasmachine/ droger/ strijkbout/ koffiemachine van Bosch neer te zetten. En het is bedoeld om Persil als (huis)wasmiddel meer naamsbekendheid te geven. In de winkelrichting gaat het hier dus om een andere manier van productpresentatie zonder directe verkoop. Het product wordt in een sociale setting gecommuniceerd. De winkel is een goed voorbeeld van de trend in verschuiving van zuivere winkelrichting volgens functie (hier dus wassen) naar sfeerbeleving en het creëren van een place-to-be.

### Duurzaam wassen met digitale wastips



Met het Wash & Coffee concept wordt een van de eerste wasserettes in Nederland geïntroduceerd, waarbij consumenten duurzaam kunnen wassen. Zo zijn de wasmachines en drogers van Bosch energie- en waterbesparend. Het ecologische wasmiddel van Persil zorgt voor een schoon wasresultaat met een minimale belasting voor het milieu. Daarnaast is het de enige wassalon waar het personeel getraind is om advies te geven over de verschillende beschikbare wasmachines, -drogers en -producten. Bezoekers kunnen via iPads aan de muur ook gebruik maken van digitaal wasadvies. Wash & Coffee richt zich voornamelijk op toeristen, studenten en *young professionals* en is zes dagen per week geopend (niet op dinsdag). Op werkdagen zijn de openingstijden 10:00 - 22:00 uur. Op zaterdag en zondag is Wash & Coffee geopend van 11:00 tot 20:00 uur. Jaap Boon van Ostade, brand manager Henkel Nederland desgevraagd: "We

hebben getracht een aangename ontmoetings-, studeer- en loungeplek te creëren waar het wachten op je was niet langer als onprettig wordt ervaren. Met dit unieke concept bieden Bosch en Persil een beleving die inspeelt op de trend dat consumenten steeds vaker activiteiten combineren om hun kostbare tijd zo nuttig en efficiënt mogelijk te besteden".

### Bosch en Henkel

Dit jaar viert de Bosch Groep zijn 125-jarige bestaan – en al meer dan 75 jaar staat de naam Bosch Huishoudapparaten voor hoogwaardige producten, kwaliteit en betrouwbaarheid. Getrouw aan het motto van de grondlegger Robert Bosch om 'technologie voor het leven' te ontwikkelen, maken huishoudelijke apparaten van Bosch het dagelijks leven gemakkelijker en dragen ze zo bij aan een hogere levenskwaliteit. Vandaag de dag is Bosch Huishoudapparaten marktleider in Europa. Koel- en vriesapparaten, wasmachines, afwasmachines, kookapparatuur en kleinhuishoudapparaten worden over de gehele wereld verkocht. Het design van de producten weerspiegelt het streven naar kwaliteit, functionaliteit en perfectie in technologie. Met respect omgaan met mens en milieu is vanaf het allereerste begin een van de kernwaarden van Bosch. Dit komt tot uiting in het 'Green Technology inside' programma, dat staat voor duurzaamheid, integriteit en openheid. Henkel opereert wereldwijd met leidende merken en technologieën in drie strategische markten: Was- en reinigingsproducten, Cosmetics en verzorgingsproducten en Adhesive Technologies. Henkel is opgericht in 1876 en bezet wereldwijd leidende posities in zowel consumenten als industriële markten met bekende merken als Persil, Schwarzkopf en Loctite. Er werken ongeveer 48.000 mensen en in 2010 noteerde Henkel een omzet van 15,092 miljard euro en een aangepast bedrijfsresultaat van 1,862 miljard euro. Henkels preferente aandelen zijn genoteerd aan de German stock index DAX en het bedrijf is opgenomen in de Fortune Global 500. In de Benelux bevinden de filialen van Henkel zich in Brussel en Westerlo (België), in Nieuwegein, Zutphen en Scheemda (Nederland). In 2010 realiseerde Henkel in de Benelux een omzet van meer dan 400 miljoen euro met ongeveer 700 medewerkers. In België en Nederland is Henkel bekend van de merken Persil, Dixan, Fleuril, Silan, Witte Reus, Per, Instanet (Was- en reinigingsproducten), Schwarzkopf, Fa, Theramed, Diadermine, Syoss, Taft, Indola (Cosmetics- en verzorgingsproducten), Pattex, Pritt, Perfax, Rubson, Loctite, Teroson, Hysol en Multicore (Adhesive Technologies). ■