



COEN! and Gielissen

Gielissen realised the touch of identity designed by COEN! within the interior. "I had worked together with Gielissen once before and really enjoyed it," says Coen van Ham. "With a big project like this one, you have to work with partners you can build on. In everything they do, you sense that they deliver top quality, just like us."



* The MBO Raad is the sector organisation for educational institutions in medium vocational education (broken down into sixteen business units) and adult education. Seventy educational institutions in the MBO sector are affiliated with the MBO Raad.

The philosophy of COEN!

"Your interior has to reflect your identity"

Any organisation, every company with the slightest sense of intrinsic value knows that its identity is crucial to its image and appearance. That identity is generally found in all kinds of external communication items, such as logo, corporate identity, website and brochures, but surprisingly often not in the interior. Desks, chairs and lamps are sometimes indeed nicely combined to form an aesthetic whole, but that's often as far as it goes. So an interior lacks any identity. Eindhoven-based design agency COEN! does things differently.

Total designer

Coen van Ham is the man behind and giving his name to COEN!. His agency profiles itself as a 'total designer' because, apart from interiors, it also designs products, corporate identities and works of art. "Innovative" and "creative" are the keywords, and in designing interiors and corporate identities COEN! works on the basis of a philosophy all of its own. "For us, it's all about identity," says Coen van Ham. "An interior must stand for the identity, the core values of the organisation. The interior must radiate that via choices of colours, combinations of materials, works of art and furniture design. The identity must be visible in it, literally take shape. With it, the interior takes on a touch of identity."

Own method

"There are only few organisations that can formulate their identity properly, and that in contrast to their operations and goals, which they can usually formulate in great precision. Simply think about how you want to come across? Authentic of course. That often seems to be an obstacle, so we work together with an organisation to explore its identity and we've developed a special method to do that. Setting it out in detail would be going too far here, but the results of an inspiring day like that speak volumes. Again and again it seems the perfect instrument to get an organisation's identity onto the table. Then comes the actual work of translating that identity into an interior concept."

"That's how it went at the MBO Raad* too," continues Van Ham enthusiastically. "They asked us last year to design the interior of their new office building in Woerden in cooperation with the architects Bos en Alkemade. It involved the entire furnishings, including floor and wall coverings, furniture design and works of art."

Closed loop

"Everything we designed reinforces the perception of the MBO Raad as a 'home for the MBO'. From the furniture to the floor coverings and from the lighting plan to the wall coverings. We also developed a model for each of the sixteen business units. A huge job: healthcare and welfare have another look and feel than retail and business for example. The models reappear both in the furniture and on the walls and lamps. Our agency also awarded an assignment to students at Sint Lucas College in Bodel. So we actually involved the person it's all about, the student, in the design of the building. The result makes the visibility of the sections within the building even more perceptible."

The visitor is welcomed outside the building by a sample of the identity: a colourful work of art five metres high - the 'Gateway to the Future' that closes the loop. "Fantastic isn't it?" says Van Ham. "That you can position your organisation and radiate precisely what you want to relay."



COEN! en Gielissen

Gielissen heeft de door COEN! ontworpen identiteitslaag binnen het interieur gerealiseerd. Coen van Ham: "Ik had al een keer eerder met Gielissen gewerkt en dat was me prima bevallen. Met een groot project als dit moet je met partners werken waar je op kunt bouwen. Je merkt in alles dat ze, net als wij, topkwaliteit leveren."



* De MBO Raad is de brancheorganisatie van onderwijsinstellingen in het middelbaar beroepsonderwijs (onderverdeeld naar zestien bedrijfstakgroepen) en de volwassenen-educatie. Bij de MBO Raad zijn zeventig onderwijsinstellingen in de mbo-sector aangesloten.

De filosofie van COEN!

"Je interieur moet je identiteit weerspiegelen"

Elke organisatie, iedere onderneming met een beetje gevoel voor eigenwaarde weet dat identiteit van cruciaal belang is voor imago en uitstraling. Die identiteit is doorgaans wél in allerlei externe communicatieve zaken terug te vinden zoals logo, huisstijl, website en foldermateriaal, maar opvallend vaak niet in het interieur. Bureaus, stoelen, lampen zijn soms wel goed gecombineerd tot een esthetisch geheel maar daar blijft het dan vaak bij. Zo'n interieur mist identiteit. Het Eindhovense designbureau COEN! pakt dat anders aan.

Totaalontwerper

Coen van Ham is de man achter en naamgever van COEN!. Zijn bureau profileert zich als 'totaalontwerper', want behalve interieurs ontwerpen zij ook producten, huisstijlen en kunstwerken. Innovatief en creatief zijn daarbij de sleutelwoorden. Bij het ontwerpen van interieurs en huisstijlen gaat COEN! uit van een geheel eigen filosofie. Coen van Ham: "Identiteit daar gaat het bij ons om. Een interieur moet staan voor de identiteit, de kernwaarde van de organisatie. Het interieur moet dat via kleurkeuzes, materiaalcombinaties, kunstwerken en meubelontwerp uitstralen. De identiteit moet daarin zichtbaar worden, letterlijk gestalte krijgen. Het interieur krijgt daarmee een identiteitslaag."

Eigen methode

"Er zijn weinig organisaties die hun identiteit goed kunnen formuleren. Dit in tegenstelling tot hun activiteiten en doelstellingen, die weten ze meestal heel precies te omschrijven. Stel je eens voor: hoe wil jij als organisatie overkomen? Op een authentieke manier natuurlijk. Dat blijkt vaak een struikelblok. Samen met een organisatie werken wij aan het verkennen van die identiteit. Daarvoor hebben wij een speciale methode ontwikkeld. Het gaat te ver om die hier tot in detail uit te leggen, maar de resultaten van zo'n inspirerende dag spreken boekdelen. Het blijkt steeds weer een perfect instrument om de identiteit van een organisatie boven tafel te krijgen. Daarna komt het eigenlijke werk, het vertalen van de identiteit naar een interieurconcept."

"Zo ging dat ook bij de MBO Raad*," gaat Van Ham enthousiast verder, "die ons vorig jaar vroeg, in samenwerking met architectenbureau Bos en Alkemade, het interieur van hun nieuwe kantoorpand in Woerden te ontwerpen. Daarbij ging het om de totale ruimteaankleding, dus ook vloer- en wandbekleding, meubelontwerp en kunstwerken."

De cirkel is rond

"Alles wat we ontworpen hebben, versterkt de beleving van de MBO Raad als 'huis voor het MBO'. Van de meubelen tot de vloerbedekking en van het verlichtingsplan tot de wandbekleding. Verder hebben we voor alle zestien bedrijfstakgroepen een patroon ontwikkeld. Een enorme klus: zorg en welzijn heeft een andere 'look and feel' dan bijvoorbeeld handel en ondernemerschap. De patronen komen zowel in het meubilair als op de wanden en lampen terug. Verder heeft ons bureau een opdracht uitgezet bij studenten van SintLucas in Buxtel. Daarmee hebben wij degene waar het om gaat, de student, ook daadwerkelijk betrokken bij de vormgeving van het gebouw. Het resultaat maakt de zichtbaarheid van de leden binnen het gebouw nóg sterker voelbaar."

Buiten het gebouw verwelkomt een voorproefje van de identiteit de bezoeker: een kleurrijk vijf meter hoog kunstwerk. De 'Poort naar de toekomst'. Daarmee is de cirkel rond. Van Ham: "Geweldig toch? Dat je jouw organisatie zo uniek kunt positioneren en precies kunt uitstralen wat jij wilt vertellen."



COEN! und Gielissen

Gielissen hat die von COEN! entworfene Identitätsebene im Bereich der Innenausstattung umgesetzt. Coen van Ham: „Ich hatte bereits einmal mit Gielissen zusammengearbeitet und das hat mir hervorragend gefallen. Bei einem großen Projekt, wie diesem, muss man mit Partnern zusammenarbeiten, auf die man sich verlassen kann. Man merkt einfach an allem, dass sie genau wie wir Spitzenqualität liefern.“



* Der MBO Raad ist die Branchenorganisation der Bildungsinstitute im Fachoberschulwesen (verteilt über sechzehn Bereiche) und für die Erwachsenenbildung. Dem MBO Raad haben sich siebzig Bildungsinstitute im Fachoberschulbereich angeschlossen.

Die Philosophie von COEN!

„Die Einrichtung muss die Identität widerspiegeln“

Jede Organisation, jedes Unternehmen mit ein wenig Gefühl für Selbstwert weiß, dass Identität von entscheidender Bedeutung für das Image und die Ausstrahlung ist. Die Identität kommt im Allgemeinen in verschiedenen externen Kommunikationsmitteln zum Ausdruck, wie z.B. Logo, Erscheinungsbild, Website und Prospektmaterial, aber oft nicht in der Einrichtung. Schreibtische, Stühle und Lampen sind manchmal zwar gut zu einer ästhetischen Einheit kombiniert, aber dabei bleibt es dann häufig. Einer solchen Einrichtung fehlt die Identität. Das Designbüro COEN! Aus dem niederländischen Eindhoven geht dabei anders vor.

Gesamtentwerfer

Coen van Ham ist der Mann hinter dem Namen COEN!. Sein Büro profiliert sich als „Gesamtentwerfer“, denn außer Einrichtungen entwirft es auch Produkte, Erscheinungsbilder und Kunstwerke. Innovation und Kreativität sind dabei die Schlüsselbegriffe. Beim Entwerfen von Einrichtungen und Erscheinungsbildern geht COEN! von einer völlig eigenen Philosophie aus. Coen van Ham: „Identität, darum geht es bei uns. Eine Einrichtung muss der Identität, den Kernwerten der Organisation, entsprechen. Die Einrichtung muss diese durch Farbwahl, Materialkombinationen, Kunstwerke und Möbeldesign ausstrahlen. Die Identität muss darin sichtbar werden, d.h. buchstäblich Gestalt annehmen. Die Einrichtung erhält damit eine Identitätsebene.“

Eigene Methode

„Es gibt nur wenige Organisationen, die ihre Identität gut formulieren können. Das gilt nicht für ihre Aktivitäten und Ziele, die können sie meistens äußerst genau beschreiben. Stellen Sie sich einmal vor: Wie möchten Sie als Organisation wirken? Auf eine authentische Weise natürlich. Das ist nicht einfach. Gemeinsam mit einer Organisation arbeiten wir an der Erkundung dieser Identität. Dazu haben wir eine spezielle Methode entwickelt. Es führt zu weit, diese hier im Einzelnen zu erklären, aber die Ergebnisse eines solchen inspirierenden Tages sprechen für sich. Die Ausarbeitung der Identität einer Organisation stellt sich immer wieder als ein perfektes Instrument heraus. Anschließend kommt die eigentliche Arbeit, das Umsetzen der Identität in ein Einrichtungskonzept.“

„So ging das auch beim MBO Raad*,“ fährt Van Ham begeistert fort, „der uns voriges Jahr gebeten hat, in Zusammenarbeit mit dem Architektenbüro Bos en Alkemade, die Einrichtung seines neuen Bürogebäudes in Woerden zu entwerfen. Dabei handelte es sich um die gesamte Raumausstattung, also auch Bodenbelag und Wandverkleidung, Möbelentwurf und Kunstwerke.“

Der Kreis schließt sich

„Alles, was wir entworfen haben, verstärkt die Empfindung des MBO Raad als 'Haus für das Fachschulwesen'. Von den Möbeln bis zum Bodenbelag, vom Beleuchtungsplan bis zur Wandverkleidung. Außerdem haben wir für alle sechzehn Bereiche ein Muster entwickelt. Eine enorme Aufgabe: Pflege und Gemeinwohl haben ein anderes 'look and feel' als beispielsweise Handel und Unternehmertum. Die Muster treten sowohl im Mobiliar als auch in den Wänden und Lampen hervor. Außerdem hat unser Büro einen Auftrag an Studenten von SintLucas in Boxtel vergeben. Damit haben wir diejenigen, um die es eigentlich geht (die Studenten) auch tatsächlich an der Gestaltung des Gebäudes beteiligt. Das Ergebnis macht die Sichtbarkeit der Mitglieder innerhalb des Gebäudes noch stärker spürbar.“

Außerhalb des Gebäudes erhalten die Besucher eine Kostprobe der Identität: Sie werden von einem farbenfrohen fünf Meter hohen Kunstwerk begrüßt, dem „Tor zur Zukunft“. Damit schließt sich der Kreis. Van Ham: „Großartig nichtwahr? Dass man seine Organisation so einzigartig positionieren kann und genau das ausstrahlen kann, was man vermitteln möchte.“