



DUTCH  
INVERT  
VAN

# PROJECTPLAN DUTCH INVERTUALS

## X WANTED DESIGN NEW YORK

### 1 INTRODUCTIE

Dutch Invertuals is in 2009 ontstaan vanuit een kans om te exposeren tijdens Salone del Mobile en de behoefte van een groep Eindhovense designers om inhoudelijk, lokaal design een groter podium te geven, met name via exposities in binnen- en buitenland. Nog steeds is dit een belangrijke kernwaarde van de organisatie. Dit heeft ons in de afgelopen tien jaar geholpen om een bedrijf te worden met een enorm nationaal en internationaal bereik, verschillende opdrachtgevers en een collectief van tachtig Invertuals. De exposities zijn hiervoor een belangrijke katalysator.

Sinds tien jaar tonen we visiegerichte exposities tijdens verschillende designbeurzen, voornamelijk op vaste locaties tijdens de Dutch Design Week en Salone del Mobile in Milaan. Samen met ons netwerk van talentvolle designers (Invertuals) presenteren we museale designmanifesten over hedendaagse en toekomstige maatschappelijke vraagstukken en thema's. Iedere expositie is uniek in vorm en inhoud en voor iedere editie creëren de deelnemende designers - circa tien per expositie - nieuw werk. Ook scouten we doorlopend designtalenten die we opnemen in het netwerk, zodat wij steeds up to date blijven en zij tijdens designevents kunnen worden opgepikt door bijvoorbeeld media, galerieën, trendwatchers en designmerken. Het hele proces is een collectieve effort, van research tot opbouw en communicatiecampagne.

Aan de ene kant werkt het heel positief om langere tijd te investeren in dezelfde beurzen. We worden hierdoor een vaste, betrouwbare waarde en bouwen aan een stabiel netwerk van partners en publiek. De keerzijde is dat de nieuwheid er op den duur vanaf lijkt te gaan, dat te weinig ander publiek Dutch Invertuals "ontdekt" en de resultaten niet altijd opwegen tegen de kosten. Dit laatste komt met name doordat onze exposities vaak worden beschouwd als trend forecasts en een plek om nieuw designtalent te scouten. Dit levert ons veel goede, inhoudelijke publiciteit op, maar niet doorlopend de benodigde inkomsten, omdat niet altijd duidelijk is dat we bijvoorbeeld ook opdrachten uitvoeren of de expositie doorplaatsen.

Om Dutch Invertuals op een duurzame manier toekomstbestendig te maken, moeten we de exposities gaan aanpassen op de doelen die we ermee willen bereiken – deze lichten we verderop in de tekst nader toe. We moeten daarvoor beter gaan kijken naar typen beurs waar we presenteren, de schaal van de presentaties, mogelijke samenwerkingen en type werk dat we tonen (bestaand of nieuw, product of concept). We moeten de exposities bewuster zien als marketingactiviteit om meer opdrachten, projecten en verkopen aan te trekken. Door hier op een andere manier op in te zetten kunnen we van de exposities een krachtig communicatiemiddel maken dat, bewezen, leidt tot nieuwe opdrachten en inkomsten (zie 1.2 'Terugblik Londen Design Fair 2017'). Dat versterkt ook meteen de relevantie voor de tachtig Invertuals die aan ons verbonden zijn. Uit recente interviews met tien Invertuals blijkt namelijk eenzelfde wens en behoefte:

Invertuals zien de exposities als een onlosmakelijk onderdeel van Dutch Invertuals, ze adviseren ons er niet mee te stoppen en hebben er ook zelf nog steeds behoefte aan. Dankzij de exposities zijn zij in staat om nieuw werk te maken, wat ze anders niet zouden hebben gemaakt, en ze kunnen zichzelf presenteren aan een groot, internationaal publiek. Ze zouden wel graag diversifiëring zien in typen presentaties, de grootte ervan en presentatielocaties, zodat er nieuwe doelgroepen en andere netwerken kunnen worden benaderd dan de bestaande in Milaan en Eindhoven. Ook geven ze aan dat ze er veel baat bij zouden hebben als Dutch Invertuals doorlopend opdrachten zou aantrekken en daar steeds Invertuals bij kan betrekken. Dat verhoogt voor hen het belang van de organisatie.

#### **New York 2020 - 2022**

Naast het herzien van de vaste beurzen in Eindhoven en Milaan zoeken we naar nieuwe, internationale mogelijkheden om onszelf te profileren bij een ander publiek en inhoudelijk Dutch Design breder te

vertegenwoordigen. We zoeken daarbij niet alleen naar een locatie, maar ook naar slimme manieren van presenteren, zodat we kunnen bouwen aan Dutch Invertuals als bedrijf: bijvoorbeeld door te exposeren bij een businessgerichte beurs, of door samen te werken met bedrijven en galerieën. In de afgelopen jaren hebben we daarom onder andere onderzoek gedaan naar verschillende locaties en soorten beurzen, waaronder Londen Design Fair (zie volgende paragraaf). Dit was een commerciële beurs waar we met onze autonome expositie goede resultaten hebben behaald. Helaas was het daar destijds niet mogelijk om meerdere jaren deel te nemen, omdat de aard van het beursordeel veranderde en er niet meer kon worden gesponsord. Daardoor liepen de kosten voor ons te hoog op.

Een andere commercieel gerichte locatie waar we onszelf de afgelopen jaren op hebben gefocust is New York. Hier hebben we nog niet geëxposeerd, maar zien we wel duidelijk positieve kansen. Sinds 2016 zijn we er vier keer geweest voor field research, om te onderzoeken op welke manier een expositie daar haalbaar zou zijn en goede resultaten zou kunnen opleveren. We hebben tijdens die bezoeken meerdere beurzen en galerieën bezocht, gesproken met het Consulaat, met communicatiepartners en met andere belangrijke relaties. Zowel vanuit het Consulaat als de beurs Wanted Design - die valt onder NYCxDesign, de overkoepelende jaarlijkse designmanifestatie in New York in mei - hebben we onlangs toezeggingen gekregen voor meerdere jaren ondersteuning op onder andere het gebied van advies, communicatie en op financieel vlak.

We zien Wanted en het Consulaat als goede meerjarige partners, niet in de laatste plaats omdat zij beiden duidelijk aangeven een dringende behoefte te hebben aan het presenteren van Nederlands design, waaraan het nu nog grotendeels ontbreekt. Hierdoor kunnen wij ons werkveld vertegenwoordigen tijdens een van de grootste designbeurzen in New York. Daarnaast zijn we met diverse partners in gesprek over een aanvulling op of verlenging van de presentatie, waaronder met enkele galerieën. Dit geeft ons het vertrouwen om vanaf mei 2020 te willen investeren in een expositie in New York. In februari gaan we er weer heen om verdere concrete afspraken te maken, de locatie te bezoeken waar we exposeren en met andere mogelijke partners te spreken, waaronder over PR en partnerships.

## **2 TERUGBLIK LONDON DESIGN FAIR 2017**

In september 2017 hebben we mede dankzij steun vanuit Brabant C onze expositie Harvest neer kunnen zetten in Londen tijdens de London Design Fair (ontwikkelproject). De expositie is oorspronkelijk ontwikkeld voor Salone del Mobile in april 2017 en is in dat jaar doorgeplaatst naar verschillende locaties, waaronder naar Musée des Arts Decoratifs tijdens D'Days in Parijs en naar de Kazerne in Eindhoven. In Londen presenteerden we destijds in een beursgebouw in Shoreditch, waar we een verdieping deelden met verschillende Nederlandse ontwerpers. Voor ons was dit een eerste aanzet om te testen hoe dit soort presentaties op een verkoopgerichte beurs zouden kunnen werken, omdat we doorgaans exposeren in eigen ruimtes en op een minder commerciële manier.

Een van onze doelstellingen was om te ontdekken of we zo niet alleen een nieuw publiek konden aanspreken, maar ook opdrachten aan zouden trekken en duurzame relaties op zouden kunnen bouwen, zodat we een financieel stabiel bedrijf kunnen neerzetten. Het resultaat was wat ons betreft positief. Dankzij de presentatie zijn we onder andere in contact gekomen met warenhuis Selfridges, waarvoor we nu nog steeds af en toe werken aan opdrachten, zoals raamdecoratie voor hun winkel aan Oxford Street in Londen. Daarnaast hebben we een goede relatie opgebouwd met FranklinTill. Zij zijn een visiegedreven researchbureau in Londen op het gebied van design-, materiaal- en kleurinnovatie. Met hen hebben we inmiddels drie keer samengewerkt aan exposities en lezingen en we onderzoeken op dit moment een volgende samenwerking.

Zowel de langdurige relatie met Selfridges als die met FranklinTill is voor ons heel waardevol. Niet alleen omdat de projecten inkomsten opleveren of inhoudelijk sterk zijn, maar ook omdat we ze kunnen communiceren. Voor andere bedrijven en organisaties zijn ze vaak een aanleiding om met ons samen te willen werken. Het vult ons portfolio op een kwalitatieve manier aan. Daarnaast zorgt het voor meer zichtbaarheid en kunnen we Invertuals betrekken bij opdrachten. We zien de positieve impact van deze presentatie heel sterk en denken dat we minimaal hetzelfde resultaat kunnen bereiken in New York op een gelijkwaardige beurs en een nog veel beter resultaat als we meerdere jaren kunnen exposeren. Waar dat in Londen tot nog toe niet is gelukt, hebben we

hier wel de kans om langere tijd te presenteren, waardoor we constructief kunnen bouwen aan ons netwerk en nieuwe relaties, projecten en opdrachten. Ook kunnen we hier structureel onze lokale sector een internationaal podium bieden. We zien dit daarom als een belangrijke vervolgstap op ons ontwikkelproject met Brabant C.

### **Bedrijfsplan en Bidbook**

Vanuit Brabant C kregen we voorafgaand aan het ontwikkelproject in Londen een extra opdracht mee, namelijk het opzetten van een bedrijfsplan en een bidbook. Dit is een belangrijke stap geweest, omdat we hierdoor konden focussen op de kern van het bedrijf en onze propositie naar opdrachtgevers en andere relaties. Pas in datzelfde jaar, 2017, is Dutch Invertuals namelijk een B.V. geworden. Daarvoor was het een project onder partner Edhv. We hadden het vertrouwen dat we met de enorme waarde die Dutch Invertuals inmiddels had opgebouwd een zelfstandig bedrijf zouden moeten kunnen zijn met eigen opdrachten, maar er ontbrak daarbij nog een gerichte focus. Het was daarom echt noodzakelijk om te werken aan een gedegen bidbook en businessplan. We omschreven Dutch Invertuals daarin als volgt:

We are a company of radical minds in design.  
Our design helps to see things differently.  
We manifest ideas that matter and inspire change.

We benoemden drie productgroepen en zes sub-richtingen die hierop aansloten:

#### **WE OBSERVE**

- (Design) Research: consultancy, coaching, scouting, bemiddeling, design lab
- Forecasting: trend watching, workshops en lezingen

#### **WE MANIFEST**

- Visual Manifests: exposities ontwikkelen en verkopen
- Publicaties: boeken, thematische publicaties, trendrapporten

#### **WE CREATE**

- Design Projecten: in opdracht, in samenwerking met partners
- Producten: doorontwikkeling van designobjecten uit exposities

Dit eerste bedrijfsplan en bidbook zijn begin 2018 afgerond. Op dit moment werken we aan een doorvertaling hiervan. We merkten dat de inhoud van twee jaar geleden iets minder concreet is voor opdrachtgevers (welke opdrachten kunnen we uitvoeren?) en de productgroepen lijken enigszins los te staan van elkaar, terwijl dat in de realiteit niet het geval is. Daarom werken we nu met een aangepaste visie, waarbij we de focus op inhoud terugbrengen, en aangepaste productgroepen benoemen die beter op elkaar aansluiten. Deze hebben we getest op (potentiële) opdrachtgevers en zowel de visie als producten lijken nu helderder en herkenbaar te zijn:

We are Dutch Invertuals.  
We believe design is more than just a product.  
It communicates vision, provokes interaction and tells a story.  
We manifest ideas that matter.

Wat productgroepen betreft kwamen we tot de conclusie dat 'Create' overbodig is en dat in 'Observe' en 'Manifest' een duidelijke volgorde zit. In de 'Observe' fase brengen we de inhoud in design: we scouten nieuw designtalent, doen materialenonderzoek en -studies, onderscheiden maatschappelijke tendensen. Vervolgens zetten we dit in voor onze 'Manifesten'. Dit zijn zowel eigen projecten - exposities en doorplaatsingen daarvan, forecasting publicaties - als projecten voor opdrachtgevers, zoals visiegerichte interieurprojecten, expositiedesigns, merkpresentaties of forecast lezingen.

**WE OBSERVE**

- Research
- Envision
- Experiment
- Scout

Wordt ingezet voor:

**WE MANIFEST**

- Brand presentations
- Exhibitions
- Interior projects / products
- Forecasting

We werken aan een doorvertaling hiervan naar marketing en communicatie, zodat we in New York helder kunnen overbrengen wie we zijn, wat we doen en wat we kunnen betekenen voor een potentiële partner of opdrachtgever. We zien onze expositie als een aanleiding om met een nieuw, zakelijk netwerk in contact te komen aan wie we kunnen laten zien welke kwaliteiten we in huis hebben.

**3 PROJECT**

In New York presenteren we een designmanifest tijdens Wanted Design Brooklyn van 14 t/m 18 mei 2020, met een kleine cross-over naar Wanted Design Manhattan van 17 mei t/m 20 mei 2020. We zijn van plan om dit in ieder geval drie jaar te doen, met als doel een stabiele factor te worden in New York met een uitgebreid relatienetwerk en voldoende partners en opdrachtgevers om er na drie jaar te kunnen blijven presenteren en projecten uit te voeren. Op die manier kunnen we werken aan onze eigen inkomsten en ons portfolio, en werken we aan de internationale zichtbaarheid van onze lokale designsector. Hier gaan we dieper op in bij 'Doelen' en in paragraaf 1.5 'Commerciële Aanpak'.

In Brooklyn hebben we een plek van 100m<sup>2</sup> in een beursgebouw in Industry City waar verschillende internationale designers exposeren. Dit gebied is een inspirerende culturele en creatieve hotspot, vergelijkbaar met Strijp-S in Eindhoven. Ook maken we hier gebruik van een grote ruimte naast onze expositie waar we een lezing geven. Hierover zijn we onder andere in gesprek met Li Edelkoort, trend forecaster en decaan van designschool Parsons, en met de designers die meedoen aan de presentatie. In Manhattan sluit Wanted Design qua locatie aan bij collega-designbeurs ICFE, waar Organisation in Design in 2019 Ventura New York heeft gepresenteerd met steun vanuit Brabant C. Dat betekent dat publiek voor beide beurzen nu maar naar één geconcentreerde plek komt. Hier plaatsen we een pop-up van enkele m<sup>2</sup>.

We kiezen om een aantal praktische redenen voor een grote show in Brooklyn en niet in Manhattan. In Manhattan bestaat de beurs uit uniforme sokkels en paviljoens, die niet zelf mogen worden ontworpen of opgebouwd. Het is een enorme verkoopbeurs waar met name producten worden verkocht. In Brooklyn hebben we wel de volledige artistieke vrijheid, waardoor we meer controle hebben over de kwaliteit en de oorspronkelijkheid van de presentatie. Daarnaast liggen de kosten er veel lager, in Manhattan zou 100m<sup>2</sup> ondenkbaar zijn. Het voordeel van Manhattan is weer dat het voor publiek makkelijk bereikbaar is, waardoor de bezoekersaantallen er heel hoog zijn. Om die reden werken we met een cross-over en gebruiken we Manhattan om ons bedrijf en portfolio van projecten en producten te communiceren en een extra moment te creëren om mensen door te verwijzen naar de show in Brooklyn tijdens de dagen die overlappen (17 en 18 mei).

**Doelen****1. Inkomsten genereren**

**Opdrachten aantrekken:** We willen onze inkomsten vergroten, zodat we als organisatie weerbaarder en zelfstandiger worden, zonder onze authenticiteit te verliezen. Hiervoor willen we in New York opdrachten aantrekken, waarbij we uiteraard ons netwerk van designers kunnen inzetten. Zie de paragrafen 'commerciële aanpak' en 'begroting' voor nadere toelichting.

**Designobjecten verkopen:** De expositie die we tonen is een eigenzinnige, sterk gecureerde presentatie met designobjecten die zijn ontworpen door Invertuals. Deze objecten bestaan uit een mix van (conceptuele) interieurproducten en designstukken op het snijvlak van kunst. We promoten de verkoop van deze objecten actief tijdens de expositie en spreken met galerieën over de verkoop van de objecten na de beurs.

**Exposities doorplaatsen:** Een van de doelen is om de expositie niet eenmalig te vertonen, maar presentatiepartners te vinden die de expositie overnemen na de beurs. Vaak zijn dit betaalde partnerships. Hierdoor presenteren we niet steeds eenmalig in mei, maar blijven we door het jaar heen aanwezig.

## **2. Promotie lokale designsector**

We willen op een duurzame manier Dutch Design in New York vertegenwoordigen, en dan specifiek de Eindhovense sector. Via de expositie supporten we een groot netwerk van designers en creëren we nieuwe kansen. We spreken nieuwe doelgroepen en relaties aan, zoeken connecties met galerieën en musea, onderzoeken mogelijkheden om werk door te plaatsen, aanvullende presentaties neer te zetten of projecten te starten. Ook zoeken we samenwerking met partners voor kennisdeling, zoals A/D/O. Deze design incubator in Brooklyn wordt gesponsord door MINI en zou voor ons een ideale partner zijn. Ze ondersteunen de uitwisseling van creatieve ideeën en promotie van de designsector. Door internationaal te exposeren, opdrachten uit te voeren en netwerken op te bouwen willen we niet alleen Nederland naar New York brengen, maar ook interesse vanuit New York naar Nederland halen.

## **3. Vaste waarde worden in New York**

We zetten in op minimaal drie jaar presenteren, zodat we kunnen werken aan onze zichtbaarheid in New York. Alleen door consequent aanwezig te zijn is het mogelijk om uiteindelijk een duurzaam netwerk op te bouwen en onze aanwezigheid verder uit te breiden via nieuwe partnerships en relaties in de vorm van andere presentaties en opdrachten.

## **Toekomst**

Zie hiervoor hoofdstuk 3. Begroting.

## **4 ARTISTIEKE VISIE**

De expositie die we tonen in New York is een thematische doorvertaling van de Circle expositie die we in 2019 voor het eerst tijdens Salone del Mobile en vervolgens in geüpgradede vorm tijdens Dutch Design Week hebben gepresenteerd. De cirkel is een oervorm die saamhorigheid, balans, perfectie, essentie en oneindigheid verbeeldt. In tijden zoals deze, waarin de wereld gepolariseerder lijkt dan ooit, is het belangrijk om terug op zoek te gaan naar wat fundamenteel is in het leven. Iedere deelnemende Invertual hebben we daarom gevraagd om voor de Circle werk te creëren met een eigen interpretatie op deze elementaire vorm door te identificeren wat voor hen essentieel is in hun leven en designpraktijk. Daaruit zijn meer dan twintig werken voortgekomen die we hebben opgenomen in de designcollectie die we de afgelopen tien jaar samen hebben opgebouwd (zie ook commerciële aanpak).

## **United**

In New York gaan we dieper in op deze terugkeer naar de essentie, naar de balans waar de cirkel symbool voor staat. We herkennen een maatschappelijke trend waarin veel meer aandacht ontstaat voor het spreekwoordelijk 'vrouwelijke': zorg voor de natuur en de aarde, meer tijd en aandacht voor elkaar, minder vervuiling, hergebruik van materialen en resources. We gaan van een tijd van 'Hunting' naar een tijd van 'Caring'. Een gemeenschappelijk doel om te groeien van een mannelijk gedomineerde wereld waarin "jagen" en hebzucht de boventoon voeren naar een wereld waarin we harmonieuzer samenleven en zorgen voor elkaar, onszelf en onze leefomgeving. We moeten als mens onze manier van leven drastisch herzien en leren herwaarderen wat ons lief is. De werktitel van deze expositie in New York is UNITED.

Voor de expositie cureren we een landschap van nieuwe en geüpdatete designobjecten van Invertuals die een visie geven op dit thema. Alle werken zijn een hoofdstuk in het grotere verhaal dat we vertellen binnen een

context. Het museale expositiedesign is de verbindende factor waarin alle werken worden geplaatst. Als een narratief versterkt en reflecteert het expositieontwerp het thema op een oorspronkelijke en hoogwaardige manier. Zowel de designobjecten als het expodesign zijn dus onmisbaar in deze presentatie en vormen een geheel.

Samen met de deelnemende Invertuals werken we aan het totale proces, waarvan Wendy Plomp art director is en zorgt voor constante kwaliteitsbewaking. We verdelen zoals tijdens iedere expositie taken als expositieontwerp, technisch ontwerp, communicatieontwerp, transport en opbouw. De vaste organisatie werkt daarnaast onder andere aan het aangaan van partnerships, de uitvoering en strategie van communicatie en het creëren van kansen voor opdrachten, samenwerkingen, doorplaatsingen en verkoop van de designobjecten.

De exposities in 2021 en 2022 zullen tevens een doorvertaling zijn van een eerder gepresenteerd thema. Zo creëren we continuïteit in onze presentaties, als sequels van een boek of film. Ook deze exposities worden weer op een gezamenlijke manier geproduceerd en getoond en zullen wat betreft culturele en creatieve waarde minimaal gelijkwaardig zijn aan United.

### **Designers**

We presenteren in New York werk van twaalf designers. We zijn met achttien Invertuals in gesprek, zowel gevestigde namen in de designwereld als nieuwkomers. Naar verwachting zal niet iedereen die we hebben geselecteerd meegaan, omdat de kosten voor deelname wat hoger liggen dan in Milaan of Eindhoven, waardoor we uitgaan van twaalf deelnemers. We ronden eind januari / begin februari de gesprekken af over de definitieve selectie. Op de longlist staan de volgende namen, waarbij de eerste tien al meerdere jaren meedraaien in ons collectief - sommige zelfs vanaf de oprichting - en de onderste acht relatief nieuw zijn:

Bram Vanderbeke (Brussel), Carlo Lorenzetti (Eindhoven), Daniël de Bruin (Utrecht), Edhv, Architects of Identity (Eindhoven), Jeroen Wand (Eindhoven), Martens & Visser (Eindhoven), Max Lipsey (Eindhoven), Nel Verbeke (Brussel), Nina van Bart (Den Bosch), Raw Color (Eindhoven)

Amandine David (Brussel), Christian + Jade (Kopenhagen), Dorian Renard (Eindhoven), Floriane Dubreuil (Rotterdam), Jelle van Twillert (Eindhoven), Satomi Minoshima (Eindhoven), Schimmel en Schweikle (Eindhoven), Willem van Hooff (Eindhoven)

We hebben deze selectie gemaakt omdat het een cross-sectie is van designdisciplines, specialismen en ervaring. Daarnaast selecteren we op conceptueel denkvermogen, professionaliteit, kwaliteit van werk en werkhouding. Waar Daniël bijvoorbeeld technische designinstallaties bouwt, richt Nina zich op textiel en tactiliteit. Het werk van Amandine, Nel en Jelle bevindt zich op het snijvlak tussen kunst en design. Edhv creëert werk met identiteit als achterliggende gedachte en Raw Color focust zich in hun projecten op kleur. Het werk van Bram en Carlo is vaak bruter van vorm en zij gebruiken veel aardse materialen als klei en keramiek. Floriane en Dorian werken met kunststof, waarbij Floriane uitgaat van digitale technieken en Dorian analoog werkt. Onder andere Jeroen, Max, Willem, Satomi, Schimmel en Schweikle en Christian + Jade richten zich op (conceptuele) interieurstukken, maar allemaal vanuit een ander perspectief en andere materiaalspecialisaties, zoals hout, leer, keramiek, metaal, kunststof en digitale technieken. Met deze mix van designers benaderen we het thema van de expositie op een veelzijdige manier en bieden we een breed inzicht in onze ontwerpsector.

## **5 COMMERCIELE AANPAK**

### **Inkomsten en verdienmodellen**

#### **Opdrachten**

De belangrijkste potentiële bron van inkomsten is het aantrekken van projecten in opdracht. Dankzij de expositie tijdens London Design Fair weten we dat dit lukt door een combinatie van de juiste communicatie, de juiste locatie en het juiste publiek. Ook andere opdrachten die we inmiddels hebben uitgevoerd komen direct of indirect voort uit exposities, zoals voor Luxaflex, Dutch Design Foundation en Curator Squared / Georgetown.



University in Washington DC. Het is dus zeker mogelijk om via onze exposities in contact te komen met opdrachtgevers, waar we in New York heel gericht mee om moeten, kunnen en willen gaan.

Dankzij de vrij recente opdracht voor Curator Squared en Georgetown University weten we hoe het is om te werken in Noord-Amerika. Curator Squared is een curatorduo dat exposities cureert met een hedendaags thema voor verschillende galerieën en musea in de VS. De meeste van hun exposities reizen meerdere jaren rond. Wij hebben met hen een lange relatie en hebben in opdracht hun laatste expositie ontworpen en opgebouwd in Washington DC. Deze expositie reist nu verder naar Scottsdale in Arizona, waar we weer betrokken worden bij de opbouw en bij het inhoudelijke randprogramma. Ze hebben daarnaast aangegeven vaker op deze manier met ons samen te willen werken. Dat is voor ons belangrijk, omdat het een goede opdrachtgever is die veel vertrouwen geeft en uren en kosten volledig dekt volgens onze eigen tarieven. Daarnaast proberen zij ons ook actief te koppelen aan andere bedrijven in de VS die bij ons – een opdracht neer zouden kunnen leggen.

De opdrachten waar we doorgaans aan werken zijn een esthetische vertaling van research of (merk/project) visie naar concrete, kwalitatieve ruimtelijke designprojecten, zoals een interieur met een eigen verhaal, een uitgesproken merkpresentatie of een expositiedesign dat een aantrekkelijk geheel maakt van alle content. Ruimtelijke beleving is een van de krachtigste kwaliteiten van Dutch Invertuals en we denken hierin op hoog niveau mee met een opdrachtgever. Deze projecten sluiten aan bij ons profiel, waarbij we geloven dat design meer is dan alleen een product, het communiceert een visie, daagt uit tot interactie, het inspireert, biedt nieuwe inzichten en vertelt een verhaal. Onze exposities werken op eenzelfde manier, ze zijn een doorvertaling van research en visie naar een ruimtelijke designpresentatie. Dat is wat we tijdens de expositie in New York moeten benadrukken, zodat bezoekers de link leggen tussen onze exposities en de vertaling naar concrete opdrachten en projecten. Een ander punt om te benadrukken is dat we door ons brede netwerk van specialistische designers een opdracht van A tot Z kunnen uitvoeren. Van research en design tot technisch ontwerp, productie en opbouw.

De belangrijkste, grotere projecten (opdrachtwaarde tussen de €15.000,- en €60.000,-) waar we de afgelopen 2,5 jaar aan hebben gewerkt:

Expositie voor Brainport Development / Eindhoven, 2019

Expositie 'Design Transfigured' voor Georgetown University en Curator Squared / Washington, 2019

Art Directie Veemgebouw voor DDF / Dutch Design Week, 2019

Interieur voor HTSC (Brainport Development) op de BIC campus / Eindhoven, 2019

Concept en Interieur vakantiewerkplek De Buitenpost voor Droomparken / Dutch Design Week, 2018

Art Directie Veemgebouw voor DDF / Dutch Design Week, 2018

Etalagepresentatie 'Radical Luxury' voor Selfridges / Londen, 2018

Expositie en merkpresentatie Enlighten voor Luxaflex / Dutch Design Week 2017

Interieur vakantiewoning Het Buitenhuis voor Droomparken / Dutch Design Week, 2017

Tussendoor werken we ook doorlopend aan kleinere projecten, zoals interieuropdrachten en styling voor Brainport, styling voor conceptwoningen van Droomparken, trendlezingen en feedbacksessies bij o.a. Architecten Showroom Amsterdam en Royal Flora Holland en 3D opdrachten voor partner Edhv die voortkomen uit de identiteitstrajecten waar zij aan werken.

### **Verkoop Collected**

Voor alle exposities worden nieuwe werken gecreëerd door de deelnemende designers. Elk ontwerp is onderdeel van een groter geheel en samen vertellen ze steeds een nieuw verhaal tijdens exposities. Deze objecten vormen samen de Dutch Invertuals Collected. In de afgelopen tien jaar hebben we daardoor een collectie opgebouwd bestaande uit meer dan 400 designstukken en 250 art works die grotendeels te koop zijn. Wij promoten de collectie via onze website, Instagram en tijdens exposities. Als wij werk verkopen voor de designers gaat 30% van de verkoopprijs naar Dutch Invertuals en 70% naar de designer zelf. In de designsector is dit een meer dan schappelijk percentage.

Het verkopen van de designobjecten is voor ons financieel gezien geen hoofdzaak, omdat we geen galerie of actieve webshop zijn en het in de regel meer tijd kost dan dat het iets oplevert. Wel vinden we het belangrijk



om de designers en hun werk te promoten, hen te stimuleren om nieuw werk te maken en te laten zien wat de resultaten zijn van de samenwerking die wij met hen hebben. Daarom zijn we van plan om de Collected in de toekomst meer aandacht te geven. Zeker in New York verwachten we namelijk dat er een grotere concentratie van verzamelaars en kopers aanwezig is, wat erg interessant kan zijn. Hiervoor zoeken we voornamelijk samenwerkingen met galerieën of andere verkooppartners als het New Yorkse online kanaal [1stdibs](#), met wie we eerder contact hebben gehad. Zij richten zich op high end interieuritems en kunst- en designobjecten.

We zijn met enkele galerieën in New York in gesprek - onder andere met The Future Perfect en Colony (waar ook [Ventura](#) in 2019 mee heeft samengewerkt) - om te onderzoeken of zij tijdens en/of na de expositie een gedeelte van de Collected kunnen presenteren en verkopen in hun ruimte. Over het algemeen willen zij de volledige rechten voor de verkoop en niet werken met een tussenpersoon. De 30% fee die wij normaal gezien doorberekenen aan Invertuals bij verkoop van werk zullen zij dus niet aan ons betalen. Wel kopen ze deze rechten dan vaak af tegen een iets lager tarief of kunnen we een andere financiële afspraak maken. Omdat dit voor ons waarschijnlijk interessanter is dan zelf actief de designobjecten te gaan verkopen - deze galerieën hebben immers grote kopersnetwerken -, proberen we tot een meerjarige afspraak met hen te komen.

### **Doorplaatsing**

Het doorplaatsen van (delen van) de expositie en de designobjecten die ervoor worden ontwikkeld is een ander potentieel verdienmodel. Naar musea, (universiteits)galerieën en designevents is het mogelijk om de volledige expositie door te plaatsen. Afhankelijk van de locatie kan dit een betaalde opdracht zijn. Eerder hebben we dit bijvoorbeeld gedaan met onze exposities *Harvest* en *Fundamentals*. Deze zijn betaald doorgeplaatst naar onder andere De Kazerne in Eindhoven en naar Musée des Arts Decoratifs in Parijs. Op dit moment hebben we contact met MAKK in Keulen en een event in Zwitserland voor een volgende doorplaatsing. Met het Consulaat en met Curator Squared praten we over de verschillende opties in de Verenigde Staten. Curator Squared werkt bijvoorbeeld met een enorm uitgebreid, landelijk netwerk van galerieën en musea waar zij exposities voor ontwikkelen. We kunnen met hen partneren om onze expositie binnen dit netwerk te plaatsen bij geïnteresseerde instellingen. Doorgaans wordt hier zo'n 15.000 dollar voor betaald, waar nog wel kosten voor transport en opbouw vanaf gaan. Dit is dus voornamelijk interessant als onze expositie in de VS kan blijven.

### **Kennisdeling**

Tijdens de expositie zijn we van plan om ieder jaar een lezingenprogramma te organiseren rondom het thema dat we behandelen. Naast onze presentatie mogen we in Brooklyn gratis gebruik maken van een grote ruimte waarin we events kunnen organiseren. Sprekers zijn in ieder geval curator Wendy Plomp, de deelnemende Invertuals en we zijn in gesprek met Li Edelkoort. We zoeken hiervoor ook nog andere partners in New York, zodat we een samenwerking kunnen aangaan zoals met Franklin Till in Milaan en Eindhoven. Op die manier kunnen we extra interessante sprekers en een groter publiek aantrekken. Op dit moment hebben we onder andere A/D/O op het oog als mogelijke partner. Directe inkomsten zullen vooral voortkomen uit ticketverkoop voor het programma, maar het geeft ook een gericht moment om onze eigen visie te delen en over ons werk te vertellen, waardoor het zeker mogelijk is om hier in contact te komen met opdrachtgevers en andere interessante relaties.

### **Verkoop van Publicaties**

Voor iedere expositie ontwikkelen we een mooie publicatie die meer achtergrondinformatie geeft over het thema, de designers en de werken. Deze publicaties verkopen we tijdens designweeks en is vrij populair. We verkopen deze voor €10,- per stuk.

### **Publieksbereik**

#### **Bezoekersaantallen**

- 25.000 bezoekers komen in Brooklyn naar de locatie Industry City, waar Wanted Design een onderdeel van is. Afgelopen jaar bezochten ongeveer 8.000 bezoekers Wanted Design Brooklyn zelf in vier dagen tijd, met het zwaartepunt in het weekend.
- Bij ICFF komen er ongeveer 40.000 bezoekers over de vloer in vier dagen tijd. Omdat Wanted Design hier voor het eerst presenteert, zijn er nog geen bezoekers bekend van de specifieke Wanted presentatie,

maar deze zullen waarschijnlijk hoger liggen dan in Brooklyn.

- In beide gevallen bestaan de bezoekers voornamelijk uit professioneel publiek als retailbedrijven, architecten, galerieën en media.

### **Communicatie**

- Publieksbereik via communicatie: zie volgende paragraaf

### **Marketing en Communicatie**

Wat betreft marketing en communicatie zetten we in op onze eigen middelenmix, communicatie vanuit Wanted Design, vanuit een extern PR bureau en mediapartners in New York die zich richten op de creatieve industrie. Ook partners met wie we samenwerken, zoals het Consulaat, A/D/O en Dutch Design Foundation kunnen hun kanalen inzetten.

#### **Wanted Design**

Wanted Design zet breed eigen communicatie in, waarvan deelnemers binnen de deelnamefee profiteren en dus niet extra voor bijbetalen. Kanalen waarmee zij werken zijn:

- Instagram: 80.000 volgers
- Facebook: 23.000 likes
- Nieuwsbrief: 55.000 inschrijvingen
- Website: 60.000 unieke bezoekers en 250.000 pagina views rondom de beurs
- Brochure / Magazine: oplage 7.000, verspreid via verschillende partners en kanalen in NY
- Partners: communicatie via mediapartners, netwerkpartners, handelspartners en sponsors (gekwantificeerd als: 'millions of impressions across Facebook, Twitter, Instagram, Instagram Stories, email newsletters, web links')

#### **Dutch Invertuals**

Onze eigen middelenmix willen we inzetten om zowel de inhoud van de presentatie te laten zien als naar mogelijke opdrachtgevers te communiceren hoe die zich vertaalt naar concrete projecten. Voor de exposities ontwerpen we een krachtige beeldcampagne die we verspreiden via alle mogelijke kanalen. De kanalen die we zelf inzetten zijn:

- Instagram: 11.500 volgers
- Nieuwsbrief: 2.000 inschrijvingen
- Website: 2.200 unieke bezoekers per maand, 8.000 pagina views
- Publicatie: oplage 500 - 1.000
- Portfoliodocumentje: oplage 2.000
- Serie postkaarten: 10.000
- Digitale presentatie op beide locaties
- Wanted Design Manhattan: deze locatie zetten we puur in als communicatiemiddel om meer bezoekers aan te kunnen spreken en onze expositie in Brooklyn en Dutch Invertuals als bedrijf te promoten
- Uitnodiging voor de opening van de expositie aan/via ons netwerk en netwerken van partners in New York
- Persoonlijk aanwezig zijn in Brooklyn en Manhattan om bezoekers direct te kunnen spreken

#### **PR bureau en mediapartners**

We zijn op zoek naar een PR bureau in New York dat Dutch Invertuals kan vertegenwoordigen. In gesprekken met verschillende relaties kwam naar voren dat het noodzakelijk is om naast PR vanuit Wanted en onszelf ook een lokaal bureau in te zetten dat de weg in New York goed kent en de creatieve industrie vertegenwoordigd. We voeren hierover op hele korte termijn gesprekken met enkele bureaus. Daarnaast spreken we met mogelijke mediapartners met wie we al een goede relatie hebben, waaronder Sight Unseen en Interior Design. Het moederbedrijf van Interior Design (mediabedrijf Sandow) is tevens de eigenaar van de overkoepelende designbeurs in mei, waaronder alle afzonderlijke designevents vallen: NYCxDesign.

## 6 MILESTONE PLANNING

Deze planning is gebaseerd op 2020, maar zal voor ieder volgend jaar min of meer hetzelfde zijn, afhankelijk van de data van de designbeurs:

### Januari 2020

Definitief thema en deelnemende designers bepaald, Start ontwerpfase, Start communicatie vanuit Wanted Design

### Eind maart 2020

Ontwerp expositie afgerond, Start productie, Start communicatiedesign en schrijven copy, Start uitvoeren communicatieacties in samenwerking met PR bureau

### Halverwege / eind april 2020

Productie expositie afgerond, Productie communicatiemateriaal afgerond, Transport expositie en communicatiemateriaal naar NY

### 11 – 13 mei 2020

Opbouwen expositie in Brooklyn, Mogelijk plaatsen van objecten / aanverwante presentatie bij partners

### 13 mei 2020

Persopening Wanted Design Brooklyn

### 14 – 18 mei 2020

Expositieperiode Brooklyn, Lezing en netwerkevent, Opvolging prospects

### 15 - 16 mei 2020

Opbouwen minipresentatie in Manhattan

### 17 – 20 mei 2020

Opening en presentatieperiode Manhattan, Opvolging prospects

### 19 – 20 mei 2020

Afbreken expositie Brooklyn en transport naar Nederland of naar volgende locatie

### 21 / 22 mei 2020

Afbreken presentatie Manhattan en retour naar Nederland

### Na de beurs

'After' communicatie, Opvolging prospects