



Luuk Evers voor de chique verblijfplaats van Well Design

Well Design ontwerpt innovatieve food-apparaten

Senseo ontwerpen = meer koffie verkopen

De wekker gaat. Na nog een keer omdraaien toch maar opstaan. Eerst richting de keuken. Koffie! Een pad extra dark roasted in de Senseo, het is maandag. Twee stevige straaltjes bruin vocht. Heerlijk, die geur. En wat een stevig schuimlaagje. Wie maakt zoiets? Well Design.

Een statig, oud, Utrechts pand. Talrijke hoge, smalle ramen in witte kozijnen die in de verte uitkijken op de fabriek van Douwe Egberts. Betonnen vloeren, zilverglimmende ventilatiebuizen. In de ontvangstruimte staan alle gerealiseerde ontwerpen metershoog tegen de muren opgestapeld. Achter de receptie zijn de ontworpen strooppotjes als in een modern schilderij langs de wand gerangschikt. "Dit gebouw stamt uit het begin van de vorige eeuw. Ook toen werd hier ontworpen", vertelt Luuk Evers, Delfts industrieel ontwerper van origine, nu manager New business bij het ontwerp-bureau. "Het was het kantoor van machinefabriek Jaffa. Mannen in driedelig pak

schetsten hier stoommachines." Sinds 2000 bivakkeert Well Design hier, maar sinds 1979 ontwerpt het bureau innovatieve producten voor voedingsmiddelenbedrijven, voor de bouw en medische apparatuur. In tegenstelling tot andere designbureaus tekent het bedrijf voor zowel de vormgeving als de techniek. In de wereld van de voeding profileert Well Design zich niet als ontwerper, maar als innovator. "We zeggen altijd: we ontwikkelen innovatieve hardware voor software. De Senseo is een machine om koffie te verkopen, meer koffie. En de techniek is altijd patenteerbaar zodat de bedrijven voorop lopen. Vormgeving is ook belangrijk in die wereld, maar speelt niet de hoofdrol."



Bier in de pressure-cooker

“Ons mooiste en grootste project ooit. We werkten er twee jaar met twaalf man fulltime aan. Heineken vroeg ons om een goedkoop, makkelijk te installeren professioneel biertapsysteem te ontwerpen met nul onderhoudskosten, speciaal bestemd voor kleine outlets zoals cafetaria's. Uit die outlets komt weliswaar vijftig procent van de omzet, maar de servicekosten om op al die plekken de tapsystemen te reinigen waren gigantisch. We hebben een brainstorm samen met Heineken gehouden: de pressure-cooker. Bij dit concept sluiten we de deelnemers op in een ruimte en spreken af dat we na een aantal dagen een concept hebben waar iedereen achter staat inclusief planning en projectteam. Na vier dagen wisten we dat in het eindontwerp elk biervat een eigen wegwerpslangetje had. De uitdaging was om het slangetje hygiënisch in het biertapsysteem te krijgen. Daarvoor hebben we leentje buur gespeeld bij elektriciens die kabels via een stijve buis

verspreiden over lange afstanden. In de twee jaar na de brainstorm ontwikkelden we het concept tot wat het nu is: een tafelman model koelkast met twee kleine vaten waarbij de slang door een gekoelde buis naar de tap wordt geduwd. Pas dan wordt de hygiënische seal verwijderd. De slangen worden slechts één keer gebruikt. Heineken heeft er na introductie 50.000 van verkocht in de EU.”

Perfect kopje koffie

Van de parkeerplaats tot de metalen voordeur is de geur van koffie een trouwe begeleider. Op steenworpafstand staat de fabriek van Douwe Egberts (DE), een van de oudste klanten van Well Design en opdrachtgever van de Senseo. Well Design ontwikkelde de techniek voor deze koffiemachine. De vormgeving stond al vast. “Het moeilijkste was om koffie met een perfect schuimlaagje te krijgen. Dan moet er namelijk uit beide kleine gaatjes precies evenveel water in een plasje koffie stromen.” Douwe Egberts bedacht het concept, Philips kwam er pas in een veel latere fase bij vanwege zijn distributienetwerk en de betrouwbare naam, zo zet Evers de geschiedenis even recht. Hij verklaart ook dat de Eindhovenaren een gigantische koudwatervrees hadden. “Ze moesten verdienen aan koffie! Dat was een andere wereld voor hen.”

De PuC, de gedoodverfde concurrent van de Senseo, haalden de ontwerpers direct na verschijning helemaal uit elkaar. Evers verwoordt het vernietigende oordeel van de ontwerpers: “Emotieloos! Het ziet er heel ‘Chinees’ uit. Dat is zonde want er kunnen wel degelijk goede dingen uit China komen, maar je moet er wel extra aandacht aan besteden.” Well Design spreekt uit ervaring. Ze begeleiden veel van hun ontwerpen tot en met de productie in China. Voor hun klanten is de productie van een apparaat geen ‘core business’. Dat besteden ze graag uit aan Well Design. “Op dit moment zijn twee collega's in China om driehonderd drankdispensers in goede staat naar hier te begeleiden.” Het Utrechtse ontwerp bureau werkt voor starters en voor multinationals en alles daartussenin. “We moeten het hebben van mond-tot-mondreclame en een goede trackrecord.

Bedrijven moeten je kunnen vertrouwen. De ontwikkeling van de Senseo is een heel belangrijke opdracht geweest. Daar komen veel opdrachtgevers op af.”

Geen nieuwe technologie

“Bekende technieken toepassen in een heel nieuwe markt, dat is onze basis. We

‘Senseo is heel belangrijk voor ons geweest’

ontwikkelen geen fundamenteel nieuwe technologie.” Vaak komen de bedrijven met een idee op een A4-tje naar Well Design (zie kaders), maar vaak genoeg patenteert het ontwerp bureau zelf



Ontwerpers en engineers aan het werk

Danoontje in de bankschroef

"Ik heb de founding fathers van dit idee ooit ontmoet op een beurs. Ze kwamen later naar ons toe met hun idee en zeiden: 'Jullie ontwikkelden de Senseo dus dit kunnen jullie ook'. Een drankenmachine (Bevyz genaamd) voor warme, koude en koolzuurhoudende dranken in één klein apparaat bestemd voor de 'out of home'-markt waar mensen de hele dag drinken. Denk aan kantoren, kapsalons, ziekenhuizen en hotels. Het is een waterdispenser waar je warm, koud en koolzuurhoudend water mee kan tappen. Via een cupje met concentraat kan de gebruiker het water een smaakje geven. Deze uitvinding heb ik gedaan. Ik heb cupjes van Danoontje gekocht en tussen de bankschroef gedaan. Het bleek dat altijd een zwakke plek op de seal kapot gaat. Daar hebben we in het ontwerp bewust op gestuurd.

De gebruiker kiest een cupje met bijvoorbeeld een colasmaak. De machine leest de barcode op de achterkant en weet dan welk soort water (koud en koolzuurhoudend) erbij hoort. Het cupje wordt automatisch platgedrukt, een 'weak seal' breekt open en het concentraat loopt in het bekertje. Het apparaat



voegt automatisch het juiste soort water toe. Contaminatie tussen de smaakjes mag niet; daarom mengen we het concentraat pas in het bekertje met water. In Nederland is de Bevyz dit jaar voor het eerst op de Horecava getoond."

ideeën. Vijftien staan er op hun naam. De sausdispenser die ze voor sauzenproducent Unifine ontwikkelden, is daar een voorbeeld van. Sausdispensers in cafetaria's hebben allemaal een pomp. Bij elke friet mét gaat er mayonaise doorheen. Schoonmaken is meestal een lastig en smerig karweitje. Maar de cafetaria's zullen toch moeten voldoen aan de eisen voor voedselveiligheid. Well Design ontwierp een sausdispenser zonder pomp en kopieerde daartoe het mechanisme van de kitspuit. In dit ontwerp gaat de bodem van de dispenser omhoog waardoor de zak met mayo door een speciaal

wegwerptuitje wordt leeggedrukt. Evers somt de voordelen op: "Hygiënisch, convenience en self-explaining. Deze elementen zitten verankerd in de projecten die we in de food doen. De gebruikers voldoen aan de kwaliteitsnormen zonder dat ze eraan hoeven te denken."

Aaibare muren en rolmaten

Het hart van het bedrijf bevindt zich naast de receptie in een grote open ruimte. Geen hokjes waar iedereen alleen aan het werk is, maar een hoge lichte ruimte waar designers en engineers slechts gescheiden door een gang achter

hun computers de producten van binnen en van buiten ontwerpen, begeleid door dance-muziek op de achtergrond. De designers, zittend op een skippybal en met bordeauxrode aaibare muren, zijn verantwoordelijk voor de buitenkant, de vormgeving, de emotie. De engineers zorgen voor werkende producten, de bin-

'Het ziet er heel 'Chinees' uit, zonde'

nenkant. Op de muren slechts technische tekeningen en op de bureaus rolmaten en ducttape. Wat de designers ontwerpen, maken de engineers werkend. Onder de denktank, in de kelder, wordt ook gewerkt en wel met de handen. Daar is de werkplaats en zijn de testruimtes. Hier komen de ideeën tot leven. Engineers boren, frezen en timmeren aan zogeheeten look-and-feelmodellen. Deze houten designvormen zijn voor de marketingafdelingen nodig om het product vooraf te testen. Evers: "Al deze verschillende typen mensen werken goed samen. Onze designers zijn ook te vinden in de werkplaats. Dit voorkomt dat ze ontwerpen tekenen die niet produceerbaar zijn." Gelukkig maar. Niets lekkerder dan de eerste slok koffie op de vroege maandagochtend...

Dionne Irving

4 uur, Cup-a- ...

"Unilever wilde het goedlopende thuismerk Cup-a-soup ook op de 'out of home'-markt brengen. Uit tests bleek dat de zakjes voor de thuismarkt niet werkten in bedrijven. Vooral mannen vonden het veel te veel gedoe. Het ontwerp moest daarom gemak bieden, onderhoudsvriendelijk zijn en een dynamisch uiterlijk hebben. Vervolgens zijn we gaan nadenken: een handmatige dispenser voor soeppoeder. Hoe dan handmatig? Drukken we op een knop, draaien we aan een wiel, halen we een hendel over? Na vele brainstorms kwamen we op een doseerbak in de vorm van een 'cup'. De machine zelf straalt 'Cup-a-soup' uit. Het look-and-feelmodel kwam positief uit de tests. Dat was een go-moment. We hebben de techniek geperfectioneerd en vervolgens een producent erbij gezocht. Unilever maakte er 40.000. De business case was berekend op 10.000. Het was een groot succes. De dispenser heeft het gebruik van Cup-a-soup een enorme boost gegeven."

