

BIJ DE DESIGNERS

*Sail the world.
feel at home*

In deze rubriek bezoeken we bedrijven van wereldklasse.

Deze keer zijn we te gast bij Vripack in Sneek, jachtdesigners van wereldklasse. In de Friese watersporthoofdstad ontwikkelt de werf hyperinnovatieve lay-outs van superjachten.

Aan het eind van het industrieterrein It Ges in Sneek, vind ik Vripack naast het belangrijkste kanaal van de stad, de Houkesleat. Omgeven door tientallen watersportbedrijven, ontwerpen ze in een doorsnee bedrijfspand de prachtigste boten. Het waait stevig en slechts een paar boten varen op deze doordeweekse dag richting Sneek, naar de beroemde waterpoort.

Binnen heerst rust. Het is er verrassend licht, open en modern. Ik word naar een kamer geleid met een ronde tafel en designzithoek. Aan het plafond hangt een beamer en in de boekenkast is ruimte voor de projecties uitgespaard. De kast staat vol boeken en tijdschriften over megayachts, superyachts, 100+-yachts, <I>the art of yacht building<P>, maar ook klassieke auto's. In de vensterbank staan modellen van supermotorjachten ontworpen door Vripack; ik ben duidelijk op bezoek bij designers van formaat.

Passie voor boten

12 jaar geleden werden Bart en Marnix het creatieve brein van Vripack. Ze hebben passie voor boten, bijna alle soorten. "Wij hebben

dezelfde passie als onze klanten. Onze klanten varen ook echt met hun schepen. Wat betreft geld zijn ze vaak high-end, maar als het om passie voor boten gaat dan vallen de verschillen weg. Onze klanten zijn heel relaxed en wij voelen ons thuis bij elkaar. In de kern gaat het om hetzelfde: het gaat over bootjes en het plezier wat je ermee kunt beleven."

Bart is energiek en vertelt met een grote glimlach verder. "Als de boot groter wordt, wordt ze complexer. Er zitten meer functies op, meer techniek, het vaargebied is groter, je moet meerdere werelden onderbrengen, zoals de crew, de eigenaren en hun vrienden en familie. Aan boord moeten alle opvarenden optimaal naast elkaar kunnen verblijven. Dit vraagt veel van alle aspecten van het ontwerp: het design, de indeling, de techniek, etcetera."

7.500 projecten

Voordat Bart mij verder meeneemt over de dekken van hun megajachten, wil ik iets meer weten over Vripack. Het bedrijf is in 1961 opgericht door Dick Boon. Op zijn 21ste kwam hij naar Friesland en op zijn 23ste heeft hij Vripack opgericht. Als kind tekent Dick Boon al bootjes, het zit hem in het bloed, hij heeft er talent voor.

Hij vindt zichzelf niet moeilijk, hij is vooruitstrevend en precies. 'Precies' vonden de medewerkers op kantoor wel eens lastig. "Vanaf de oprichting tot nu hebben we 7.500 projecten gerealiseerd, we hebben dus enige ervaring," vertelt Bart. "Nu werken we gemiddeld aan zo'n 20 projecten tegelijk: van een snelvarende aluminium tender van 7,30 meter tot vijf jachten groter dan 90 meter. Dat is ons spectrum: van kleine boten tot 100+ en alles daartussenin. Die afwisseling maakt ons werk ook zo leuk, je moet van al die boten kennis hebben. Ook onze klanten vinden het mooi dat we zowel grote als kleine boten ontwerpen."

Human-centered design

Vripack hoeft zichzelf niet meer te bewijzen, hun designs bevaren alle wereldzeeën. "Bij ons gaat het om het ontwerp, ondersteund door naval architecture en engineering. Alles aan boord moet optimaal werken, voor alles moet een plek zijn, het moet makkelijk te onderhouden zijn en makkelijk te maken. Wij creëren slimme ontwerpen. Alleen een ontwerp maken is niet zo





*De jonger wordende
doelgroep wil een fris
en licht interieur met
innovatieve systemen.*

moeilijk, een slim ontwerp maken is een vak.” Bij Vripack beheersen ze alle disciplines: ontwerpen en de ondersteunende pijlers naval architecture en engineering. Daarin zijn ze marktleider. “Onze doelgroep wordt jonger en jonger. Het gebruik van de jachten verandert en de verwachtingen veranderen. Er is ontzettend veel behoefte aan innovatie, aan slimme alternatieve indelingen met een fris en licht interieur en daarin zijn we heel erg goed,” zegt Bart vol trots. “We ontwerpen iedere boot om de klant heen, human-centered design. Het gaat om de beleving, om het gebruik. De boot is een middel en met die insteek leveren we substantieel meerwaarde aan iedereen aan boord. Kijk, traditioneel plaatsen designers de crew voorin, de gasten daarachter, dan de machines en op het achterdek de beach. →





Dat willen klanten niet meer, zij willen aan boord continu in contact zijn met hun gezin, vrienden, familie of relaties. Wij plaatsen de machinekamer voorin, zodat de beach, de gasten en de eigenaar één lang en logisch geheel vormen.”

Frisse ideeën

“De uitgangspunten ‘precies’ en ‘vooruitstrevend’ van Dick Boon hanteren we nog steeds,” zegt Bart. “Bij alles wat we ontwerpen willen we vernieuwen, innoveren om het daarmee beter te doen. Dick had al de drive om het anders – beter – te doen. Wij experimenteren voortdurend met nieuwe materialen, concepten en lay-outs, maar ook met productiemethoden. We zitten in een markt die bijna vastgeroest traditioneel is, terwijl klanten ‘schreeuwen’ om vernieuwing. Wat ze met een jacht willen doen, daar gaat het om. De output, die is belangrijk. Als ik in Cannes rondloop bij een bootshow, dan zie ik eigenlijk allemaal dezelfde concepten. We zitten in een industrie met ongelimiteerde mogelijkheden. Klanten verdienen zoveel meer, zoveel beter. Dan denk ik wel eens ‘kom op, industrie.’”

Hollandse meesters

Bart neemt me mee naar de designafdeling. Hij

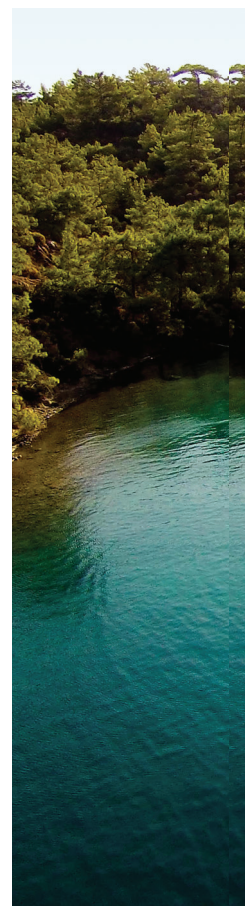
pakt het ontwerp van een indeling van een nieuw 50-meterproject. “Kijk, we hebben de achterkant van het eerste dek asymmetrisch gemaakt. Je krijgt aan bakboord zo een heel lange zichtlijn en een enorm gevoel van ruimte.” Hij legt zijn arm diagonaal over de tekening om zijn uitleg te ondersteunen. “Binnen hebben we geen dwarsschotten geplaatst, maar alleen wanden in de lengte. Kijk maar eens goed, je kunt bij dit jacht van voor naar achter kijken. Fantastisch toch! De beach, de zithoek, de eethoek, de tweede zithoek en het loungedek zijn allemaal met elkaar verbonden. Iedereen aan boord kan voortdurend met elkaar in contact zijn.” We lopen naar het scherm van een van de medewerkers. “Dit design hebben we gisteren gepresenteerd aan de eigenaren.” Ik merk spontaan op dat deze living op het scherm zo in een gids van Ikea past. Ik kijk hem verschrikt aan, want ik wil niemand schofferen. “Precies,” zegt Bart, “aan boord ziet het er mogelijk net zo uit als thuis. En waarom niet? Natuurlijk gaan wij ook op bezoek bij onze klanten, omdat we willen weten hoe ze wonen, welk interieur bij hen past. Die stijl voeren we door aan boord. En we spelen veel met licht. Dat kunnen we als Nederlanders goed. Onze Hollandse meesters uit de 17de eeuw staan er

De interieurs van Vripack zorgen voor een huiselijk gevoel. Thuis op je eigen jacht.

immers om bekend. Door lichtabsorberend of juist -weerkaatsend materiaal te gebruiken, creëren we een licht en lichtvoetig interieur. Het resultaat van onze aanpak staat synoniem voor: *sail the world, feel at home.*”

Verrassende interieurs

Wanneer je foto's ziet van interieurs die Vripack heeft ontworpen, dan moet ik daar zeker twee keer naar kijken; het lijken net woninginterieurs. “Wij brengen thuis aan boord,” verklaart Bart, terwijl we door het vorig jaar verschenen boek *Yacht Design by Vripack* bladeren. “Het ontwerp van dit achterdek voelt als een beach house. Houten vloer, lichte kleuren en verfijnde meubels.” Ik beaam dat. De fauteuils en banken



IK WEET DAT IK NAAR FOTO'S VAN
SCHEEPSINTERIEURS KIJK, MAAR ZE ZOUDEN
ZO BIJ MENSEN THUIS GENOMEN KUNNEN ZIJN.



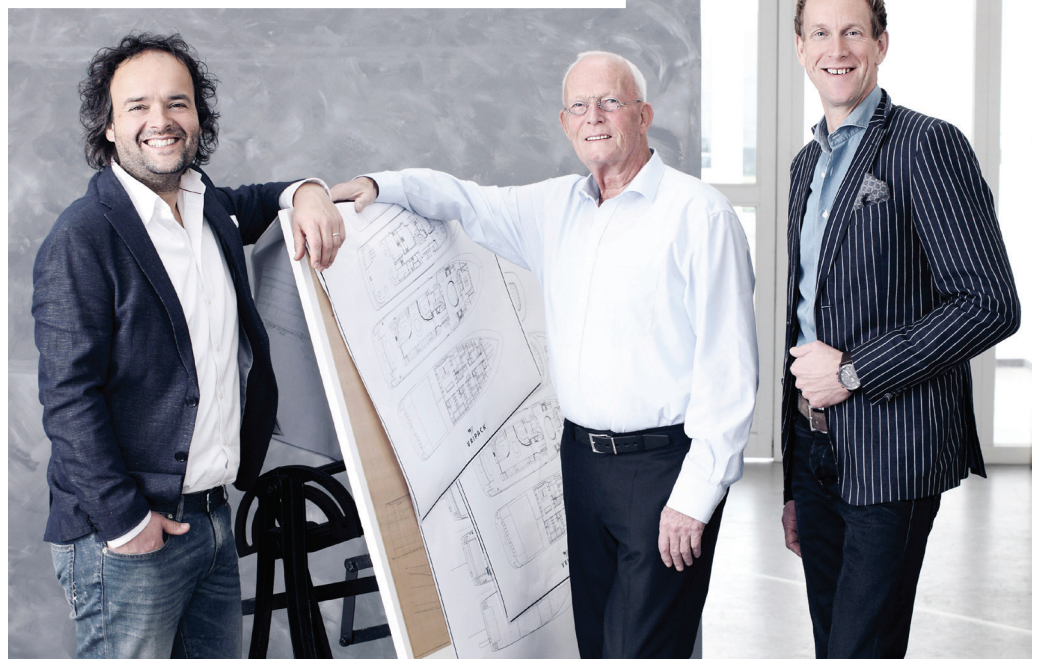
"Bij alles wat we ontwerpen willen we vernieuwen, innoveren om het daarmee beter te doen."

zijn ruim en comfortabel, maar voelen niet pompeus. Het hele interieur van dit achterdek is lichtvoetig.

Even verderop staat een schets van een jacht met een heuse tuin aan boord. Optimaal gebruik van de ruimte, speels, *fun*. Andere foto's tonen lichte wanden met reliëf. Ik weet dat ik naar foto's van scheepsinterieurs kijk, maar ze zouden zo bij mensen thuis genomen kunnen zijn.

"Deze wilde ik je zeker laten zien," zegt Bart. "Een voordek met twee driehoekige tafels en twee halfronde zitbanken eromheen. Ook buiten maken we zoveel mogelijk slim gebruik van de ruimte."

In het boek staat een interieur geïnspireerd door organische vormen, aan de natuur ontleend. →





Vripack Brewery

Vripack blijft innoveren, wil teams laten groeien, maar wel met stabiliteit. Ze willen ook blijven verjongen en op een hoog niveau blijven presteren. Daarvoor is Vripack Brewery opgericht, een innovatieplatform

waar studenten met begeleiders van Vripack complexe technische vraagstukken onderzoeken en daar oplossingen voor ontwikkelen. Dit is zeer succesvol en heeft een grote aantrekkingskracht op

MBO- en HBO-studenten van opleidingen in het noorden. “Onze ambitie is hoog en ik droom al van een volgende stap. Ik zie een soort maritieme campus voor me. Dat lijkt me echt geweldig,” besluit Bart.

Naast superjachten ontwerpt Vripack ook ‘kleinere’ boten zoals de luxeuze Wajer 55.



Het zou zo van de tekentafel van Gaudí afkomstig kunnen zijn. Maar een klassiek mahoniehouten interieur kan ook. Niet zomaar de standaardvariant ervan, maar ontworpen vanuit de Vripack-filosofie.

Al bladerend zie ik zeer inspirerende ontwerpen aan me voorbij trekken. Het omslaan stopt bij een foto van uitgekiende verlichting op een dek van een jacht. Ik zie mezelf daar al zitten, terwijl ik op afstand de kleur en sfeer van de verlichting kan aanpassen aan mijn stemming. “In onze ontwer-

pen houden we veel rekening met de sfeer aan boord in de avond en de nacht. Dat zijn de momenten dat alle opvarenden bij elkaar komen. Onze interieurs dragen op de donkere momenten van een etmaal bij aan het goede gevoel.”

It must be fun!

“Onze klanten hebben alles, maar waar ze gebrek aan hebben is tijd. We gaan met elkaar een verbintenis aan van drie tot vier jaar, want zolang neemt het proces van ontwerp tot tewaterlating in

beslag. Onze klanten zeggen daarom ook: ‘It must be fun’ – het moet wel leuk zijn. Als hun tijd schaars is, dan willen ze die goed en leuk besteden. Niet alleen bij het ontwerp staat de klant centraal, maar in alle facetten draait het om de klant. Ook het ontwerpproces moet leuk zijn en moet om de klant gaan.”

Voor ik kan vragen hoe Vripack daar invulling aan geeft, gaat Bart alweer verder: “Neem nou een Spaanse familie waarvoor we een jacht mogen ontwerpen. Ze hebben nu een 100-voets productieboot. Wij maken een design voor een 120-voets custom jacht. Het proces moet soepel gaan, zonder haast. We co-creëren het jacht met deze familie. De ontwerper heeft de leiding, maar natuurlijk komt ook de familie met heel goede ideeën. Onze klanten zijn bijna altijd zakenmensen die heel goed weten wat ze willen. Onze ontwerpers worden regelmatig aangenaam verrast en werken samen met de klant de wederzijdse ideeën uit, met vaak hele verrassende uitkomsten. Prachtig. Klanten hebben natuurlijk gewoon rechtstreeks contact met het Vripack-



VROEGER STUURDEN WE 3D-BESTANDEN OP, NU VOLGT DE KLANT DE ONTWIKKELINGEN VAN HET EXTERIEUR EN INTERIEUR VIA VR.



De klant kan de ontwikkelingen thuis volgen via een VR-bril.

team. Dat stelt wel eisen aan onze medewerkers: geen groot ego en uitstekende communicatieve vaardigheden. Daarin hebben we de afgelopen jaren dan ook veel geïnvesteerd.”

Van 3D naar VR

We lopen naar de nieuwste ontwikkeling waarmee ze hun klanten nog dieper betrekken bij het ontwerpen van hun jacht. Onderweg daarnaartoe zie ik een tafel met piepschuimen blokjes en satéprikkers; het lijkt net een knutselclub. Bart raadt mijn gedachten aan de blik in mijn ogen. “Ha, ja, dat lijkt wat raar bij ontwerpers van megajachten. Maar dat is het niet – ook dit is innovatief,” zegt Bart. “Elke boot bestaat uit 15 tot 20 elementen. Dat zijn deze blokjes. Samen

met de klanten zetten we verschillende concepten in elkaar. Iedereen kan met deze blokjes bouwen en we hebben met deze specifieke familie een vreselijk leuke middag gehad. Fun en toch uiterst nuttig.”

Maar het innovatiefste laat hij me daarna zien: een virtual reality set-up. “Een groot aantal van onze klanten heeft zelf nu ook zo’n opstelling thuis. Vroeger stuurden we 3D-bestanden op, nu volgt de klant de ontwikkelingen van het exterieur en interieur via VR.” Ik krijg een VR-bril op en een controller in mijn hand. Plotseling sta ik aan boord van een 50 meter groot superjacht. Allemaal zeer realistisch en binnen en buiten al helemaal ingericht! Ik loop van voor naar achter en kan van boeg tot hek kijken. Door de glazen

vloerelementen om de lift heen kan ik ook van boven naar beneden kijken. Wat een ruimte. Dit jacht voelt veel groter dan 50 meter. Als ik mijn bril afzet, zie ik Bart glunderen. “Prachtig, hè? Toch fantastisch dat je over je jacht kunt lopen en kunt ervaren hoe het eruit gaat zien. Wanneer je van boord op de steiger stapt en van de boot wegloopt, kijk je naar een levensecht schip. We willen onze klanten binden en boeien. Ze zijn zelf ondernemers en hebben een neus voor authenticiteit, voor oprechtheid.” Dit is wat Bart bedoelt met innovatief, licht, open, slim en transparant. Waar een klant van droomt, dat zal Vripack overtreffen. Zo ontwerp je jachten waarmee je klanten heel waardevolle momenten op het water geeft. Daar draait het om. ┘