

Grote winkelketens handelen in betaalbaar design

10-10-2005 00:00

Ketens die de massa bedienen, zoals Hema, Ikea en H&M, hebben steeds meer betaalbare designproducten in de collectie. H&M heeft daarvoor meer dan honderd ontwerpers in dienst. Daarnaast nodigt het kledingbedrijf regelmatig een gastontwerper uit. Karl Lagerfeld ontwierp een speciale najaarscollectie en Elio Fiorucci werkte mee aan de zomercollectie van 2005. De achterliggende marketingstrategie houdt H&M geheim, maar dat de collecties goed verkopen is duidelijk.

Hema heeft twaalf vaste ontwerpers in dienst en geeft elk jaar nieuw talent een kans tijdens de Hema-ontwerpprijs. Volgens Hema zelf is het succes van de designproducten te danken aan de lage prijs in combinatie met de goede kwaliteit.

Bij Ikea spannen ze de kroon. Er zijn vijftien ontwerpers in dienst en er wordt flink gebruik gemaakt van freelance ontwerpers. Het woonwarenhuis laat weten dat alles door de hand van een ontwerper is gegaan. Alle ontwerpen gaan uit van de basis: functionaliteit, kwaliteit en vormgeving en een lage prijs. Ikea heeft een tweedeling in de design: gewoon design en special design. De laatste artikelen vallen onder het label Post Scriptum (PS), die sinds 1997 bestaat en de nadruk moet leggen op de waarde van het design. In de nieuwe PS-collectie is een Nederlands product te vinden. Ontwerpster Hella Jongerius heeft een speciale vaas ontworpen voor het Zweedse bedrijf.