

Zeven vragen over de carte blanche van Kwantum

23-02-2018 10:52



Kwantum is een nieuw interieurmerk rijker. Vanaf volgende maand is Wown! te verkrijgen in de winkels en webshop van de woonwinkelketen. Dat het niet zomaar een interieurmerk is, maakt concept- en creatiespecialist Mariska Wijnands duidelijk. “We hebben drie interieurbloggers carte blanche gegeven om hun eigen collectie te ontwerpen.” Kwantum speelde alleen een faciliterende rol, door het productieproces voor zijn rekening te nemen. De bloggers zijn Anki Wijnen van Zilverblauw, Suzanne de Jong van &Suus en Souraya Hassan van Binti Home. Zij wilden met hun merken graag een volgende stap maken, zonder concessies te doen aan hun opgebouwde reputatie. Voor Kwantum biedt de samenwerking volgens Wijnands de kans hun achterban te bereiken.

Hoe is de samenwerking tot stand gekomen?

“Het initiatief komt van conceptontwikkelaar Lonneke Huijbregts van Bubblemint, met wie we eerder al op kleinere schaal hebben samengewerkt. Zij heeft ons benaderd met dit concept rond de drie Nederlandse influencers. Het idee was dat ze zelf alle creatieve touwtjes in eigen handen zouden houden en ze zochten een retailer die daarbij paste. Als Kwantum vinden we het belangrijk om talent en expertise de ruimte te geven, dus we waren direct enthousiast.”

Je zegen geven aan een nieuw merk, waarvan je niet weet hoe het eruit komt te zien. Hoe spannend was dat?

“Heel spannend. Het is een totaal andere manier van werken dan we gewend zijn. Normaal wil je als retailer de touwtjes zelf in handen houden. Dat geldt ook als je de samenwerking met interieurbloggers opzoekt. Nu

hebben we alleen een faciliterende rol. Daarom moesten we er met z'n allen achter staan. Het idee kwam bij de marketing binnen, maar het was belangrijk dat ook de inkoop, formule en directie enthousiast waren. We hadden al snel vertrouwen in het concept en de mensen erachter. We hebben de influencers ontmoet, gekeken wat ze gedaan hebben en wat ze nu doen. De eerste ontwerpen van de collecties gaven ons de bevestiging dat het een goede stap was."

Hebben de ontwerpers nog kaders meegekregen vanuit Kwantum?

"Absoluut niet. Alle bloggers hebben een uiteenlopende, eigen stijl. We hebben gezegd: 'Kom maar op met die ontwerpen'. Het enige wat we hebben meegegeven, is dat we aan zo'n 25 ontwerpen dachten. Natuurlijk hebben we gedurende het proces wel uitvoerig contact gehad. Onze leveranciers moesten bijvoorbeeld wel in staat zijn om het item te produceren. Als ze met vragen over een bepaald ontwerp bij ons kwamen, zochten wij met de juiste leveranciers naar de oplossing. Maar als ze ons bijvoorbeeld vroegen welke kleur groen commercieel het beste zou werken, gaven we daar geen antwoord op. Het moest echt hun eigen collectie worden. Het scheelt dat alle drie de bloggers eerder al ervaring hebben opgedaan. Zilverblauw is een ontwerp bureau met een eigen webshop, Souraya Hassan had al eens wat laten maken in Egypte, zoals vaasjes en kussens, en ook Suzanne de Jong had al eens wat laten produceren. Maar als kleine ondernemer is het vaak lastig om de juiste partij te vinden. Het is vaak een langdurig proces met een bepaald kostenplaatje, zeker als het om beperkte oplages gaat. Kwantum geeft ze nu de mogelijkheid om het merk op te schalen, met behoud van hun eigen kracht."

Hoe wordt Wown! onder het grote publiek geïntroduceerd?

"Alle drie de collecties krijgen geïsoleerd binnen de winkels van Kwantum een eigen kop. Omdat het een nieuw merk is, zorgen we voor veel opvalwaarde. Verder gaan we al onze eigen kanalen inzetten om de collecties onder de aandacht te brengen. We hebben een folder die wekelijks bij veel huishoudens op de mat valt, een online nieuwsbrief en verschillende social media. Die blijven we in ieder geval tot het einde van de samenwerking inzetten. Daar staat nu een maand of vier voor. De gehele collectie is vanaf volgende maand online te koop en een gedeelte komt ook in de winkels te liggen. We hebben daarin een keuze gemaakt door te kijken welke producten volgens ons het beste tot hun recht komen in de winkel. Al blijft het een glazen bol waar we in kijken."

Wat doen de bloggers zelf?

"Dat laten we ook volledig aan hen over. We zullen niet ze opleggen dat ze er minstens een keer per week iets over moeten delen. Het is hun eigen verantwoordelijk en daar ligt ook de kracht van deze samenwerking. Uiteindelijk zijn ze er zelf bij gebaat. Ik kan niet zeggen hoe de financiële details in elkaar steken, maar we hebben goede afspraken gemaakt."

In hoeverre is de samenwerking bedoeld om het imago van Kwantum op te vijzelen?

"We doen de laatste paar jaar ons best om het ietwat stoffige imago van ons af te schudden. Ik zeg het niet graag, maar ik ben bang dat het wel zo is. Ik zie Wown! als volgende stap hierin. Deze vorm van samenwerking met influencers past perfect in de huidige tijdsgeest. Deze aanpak zal ons imago echt een boost geven. Daarom ben ik zo blij met alle enthousiaste reacties die we deze week hebben gekregen bij de lancering van het merk. Het geeft vertrouwen dat we goed bezig zijn."

Kwantum en Leen Bakker vallen sinds kort onder [één dak](#). Kunnen we op creatief vlak nog samenwerkingen verwachten?

"Nee. Het zijn twee totaal gescheiden werelden. We merken er niets van dat Leen Bakker tegenwoordig dezelfde eigenaar heeft als Kwantum. Die samenwerking speelt zich waarschijnlijk op andere niveaus af."

De collecties van Wown! zijn vanaf 19 maart te koop en bestaan onder meer uit servies, behang, bijzettafels en

vloerkleden. De prijzen liggen tussen de 2,50 en 295 euro. Bekijk hieronder een video over het verhaal achter het nieuwe interieurmerk.

Nick Möller