

MILOU KET

De overstap van mode naar interieur

Modemensen kennen haar naam omdat Milou Ket al dertig jaar trendboeken produceert op het gebied van kinder- en vrouwenmode. Wellicht minder bekend is dat zij zich al tien jaar ook richt op de interieurbranche met haar sfeerboek 'Interiors' en het futuristische 'Innovation Lab'. NewStyle sprak Milou Ket in haar studio in Purmerend.

"Eigenlijk is de switch naar interieur me overkomen. In 1992 werd ik door een fabrikant van glas, porselein en aardewerk gevraagd de belangrijkste interieur-trends op een rijtje te zetten. De opdrachtgever was enthousiast, en ik niet minder. Hoewel ik altijd al interesse had voor architectuur en industriële vormgeving, ontdekte ik dat de interieurinformatie over 'vorm, kleur en decoratie' veel overeenkomsten heeft met kleding. Het resulteerde in een boek waarin iedere keer zes trendthema's aan bod komen in beeld, kleur en materiaal. In het begin was het niet gemakkelijk hiervoor een afzetmarkt te vinden, omdat ik natuurlijk toch een kledingstempel had."

Immiddels worden haar boeken goed verkocht en geeft zij ieder jaar presentaties op de Heimtextil in Frankfurt, Ket: "Eigenlijk richt ik me nu volledig op interieur en ben ik, op het Vrouwen-trendboek na, van de mode afgestapt. We zitten met 'Interiors' in een sterke groei fase en verkopen zo'n honderddertig boeken per seizoen. Via twintig agenten gaat het boek de hele wereld over en wordt het gekocht door internationale bedrijven als Ikea, Esprit, Rosenthal en de Body Shop. Eigenlijk ben ik aan een tweede carrière begonnen."



BEELDEN UIT INNOVATION LAB



Kruisbestuivingen

Loopt interieur vóór op mode of andersom? "Het wisselt, maar ik denk toch dat mode vóór loopt. Zelf kijk ik naar modeontwikkelingen en maak ik vervolgens de vertaling naar interieur. Eigenlijk vind ik deze discipline nu boeiender, maar kleding is voor mij de inspiratiebron. Ik zie veel parallellen in materiaalgebruik, dessinering en kleur, zoals nu bijvoorbeeld met het 'nieuwe' zwart. De vorm is natuurlijk altijd anders." *Waar ben je op dit moment mee bezig?* "Op de catwalks van Parijs en Milaan zag ik voor zomer 2006 een radicale omslag naar een veel cleaner beeld met veel wit. Een uitdaging om dit te vertalen naar het interieur omdat je binnen deze branche op dit moment nog overvloedig wordt met decoratie – iets wat in de mode alweer over zijn hoogtepunt heen is. Als je terugkijkt, zijn ook de hang naar nostalgie en de handmatige afwerking van producten toch dingen die iets eerder in de mode zijn begonnen."

Mode wisselt per seizoen, interieur niet? "Ja, maar je ziet nu duidelijk dat het modedebat in interieur ontdekt is. Dingen gaan veel sneller. Voor veel fabri-

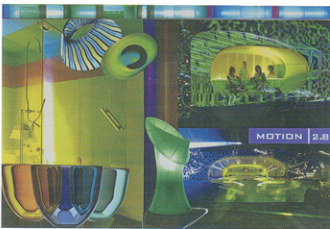


kanten is het wel wennen dat iets niet meer zeven jaar blijft en dat ze flexibeler op nieuwe ontwikkelingen moeten inspelen. Een goed voorbeeld is Boco-ting, met drie o's. Dit is een groep van Nederlandse bedrijven die het hele proces in de bouw willen versnellen en het modische aspect willen stimuleren. Je moet hierbij denken aan bijvoorbeeld de dessinering aan de buitenkant van een gebouw, die je na een paar jaar kunt aanpassen. Als je er van tevoren van uitgaat dat iets maar een kort leven hoeft te hebben, is er natuurlijk veel meer mogelijk. Licht is hiervoor op dit moment het belangrijkste medium. Je zag dit als eerste in het Park Lane Hotel van Philippe Starck. Kleur in de vorm van licht dat de sfeer binnen, maar ook buiten kan beïnvloeden."

Swarovski

Een van de grote opdrachtgevers van Ket is het Oostenrijkse Swarovski waarvoor ze 'consultant architecture' is. "Ze kochten een boek en vroegen daarna om een advies op maat. Immiddels werk ik nu al zo'n vijf jaar voor hen. Het is natuurlijk een heel specialistisch product dus ik heb een training gehad binnen het bedrijf over de mogelijkheden en onmogelijkheden van kristal. Ik werk met aan de ontwikkeling van verschillende productgroepen zoals verlichting, badkamers, meubels en decoratie. In samenwerking met 'Villory & Boch' ontwikkelde ik al twee jaar geleden een visie op de badkamer van 2010. Wat kun je doen met kristal op een etnische, een zachtelijke of juist heel cleane manier? Maar ook aromatherapie en door een computer gestuurde wisselingen van licht en kleur spelen een rol. Wij denken dat het bad steeds socialer wordt: een plek waar je met z'n tweeën of met vrienden een goed glas wijn drinkt."

Is Swarovski niet erg veel blingbling? "In Oostenrijk zeggen ze natuurlijk dat je iedere dag kristal moet dragen. "Practise what you preach". Maar bij mij ging het ook zo, want eenmaal verleid raak je eraan verslaafd. Ik heb inmiddels een kapitaal aan kristallen uitgegeven. Ze maken gelukkig ook heel



moose simpele dingen. Als het te veel is, kom je terecht op het randje van kitsch."

Innovation Lab

Naast 'Interiors' ontwikkelde Ket sinds 2001 'Innovation Lab', een visie op de toekomst in boekomvorm. Ket: "Hierin laat ik alles zien op het gebied van innovatie. Het is heel breed, want zowel design, architectuur, verpakkingen en transportmiddelen als verlichting en bouwmaterialen komen aan bod. Je moet denken aan allerlei technische ontwikkelingen zoals computergestuurde dessins voor gebouwen waarvan de buitenkant werkt als een groot televisiescherm, lichtgevende coatings, driedimensionale printers of bijvoorbeeld getelgels waarvan de kleur verandert als je eroverheen loopt. Het is echt innovatief, meer dan een plaatjesboek. Op de bijgevoegde cd-rom vertel ik precies wat je op de beelden kunt zien. De bronnen worden ook vermeld, dus alles is te achterhalen. Mijn vertrekpunt bij een nieuwe uitgave is altijd kleur, dat ik verwerk in vijf verschillende thema's. Dat kleurverhaal is toch iets wat ik heb overgehouden uit de mode."

Wie kopen dit 'Innovation Lab'? "Grote bedrijven zoals Procter & Gamble voor hun cosmetica en verpakkingen, maar ook bijvoorbeeld Volvo en Ericsson. Het boek verkoopt opvallend goed in Amerika aan de projectmarkt. Er wordt daar heel veel geld uitgegeven aan hotels, restaurant, lounges en spa's. Ze zoeken de vernieuwing in Europa, want het grootste deel van Amerika heeft natuurlijk een vreselijke en traditionele smaak." *Denk je echt dat de wereld er zo 'spacy' gaat uitzien zoals in jouw boeken?* "Een beetje. Het is niet als bij kleding: slechts een klein stukje is echt mode!"

Informatie: www.milouket.com of 0299 433638

