

ANTWERP DESIGN DAYS

'KWALITEIT BLIJFT ONZE BENCHMARK'

Zou een samenwerking tussen interior design fabrikanten uit de provincie Antwerpen kunnen leiden tot een gezamenlijke aankoop van een gildenhuis op de Antwerpse Grote Markt? Time will tell. Intussen wordt er gebrainstormd over een volgende editie van Antwerp Design Days. 'We gaan het volgende keer nog beter doen.'

TEKST

VEERLE WINDELS

De data voor de volgende editie staat al vast: van 2 tot 7 juni 2024 zullen misschien wel 50 interior design fabrikanten uit het Antwerpse hun showroom-deuren open zetten voor het publiek. De voorbije editie klokten ze af op 31 deelnemers die in hun vestigingen of bij bevriende fabrikanten klanten ontvingen en op een heel verrassende manier hun bedrijf konden tonen. Drijvende kracht achter Antwerp Design Days is Geert-Jan Van Cauwelaert, medeoprichter van XLBoom.

Hoe kijk je terug op de voorbije Antwerp Design Days?

Geert-Jan: 'Reacties waren erg positief. We kregen veel buitenlandse klanten over de vloer. Van Amerikanen, Portugezen, Zwitsers, Italianen en Nederlanders, tot mensen uit Brazilië en zelfs Panama. Belgische klanten kwamen in minder grote getale opdruiven. We hebben veel geleerd uit wat ik zelf graag editie 0 noem. Ook al zijn we al jaren bezig met de Antwerp Design & Deco Valley, wat begon met een brainstorm van een 10-tal bedrijven.'

Wat leerde je uit de voorbije editie?

Geert-Jan: 'Dat 12 dagen te lang was, dat we dus iets meer moeten bundelen. Concentratie is goed, al zijn er die wel drie weken open deur wilden houden (lacht). Een tweede opmerking had te maken met een nogal dure tool die we ontwikkeld hadden voor B2B klanten. Dat hadden we eigenlijk zelf kunnen doen, want we kennen onze klanten. Wat fantastisch is, is dat we in een black box 60.000 adressen bijeen hebben verzameld. Iedereen heeft zijn adressen gedeeld. Dat klinkt tricky maar het is ons wel gelukt om dat voor mekaar te krijgen.'

Hoe dient de volgende editie zich aan?

Geert-Jan: 'We gaan nu al richting 50 inschrijvingen. Van Vitra en Carl Hansen tot Aquanova zijn al ingeschreven. Er zijn ook kandidaten geweigerd, want onze benchmark is en blijft kwaliteit.'





Wij moeten geen meters verkopen, we focussen op ons concept en dat brengt een totaal andere dynamiek met zich mee. We werken met een charter dat de deelnemers moeten volgen. Het moet gaan om een kwaliteitsvol eigen merk met eigen designs. Er moet een set up in Antwerpen zijn. Je moet alle dagen van het event geopend zijn van 10-18 uur. Je moet voor catering zorgen en er wordt verwacht dat je twee tot drie keer een mailing verstuurt naar klanten en potentiële leads. Je bent als deelnemer eigenlijk ook organisator van het event. We hebben dat nu zelfs in een contractje gegoten. Deelnemers betalen voor hun deelname maar ze krijgen dat bedrag gegarandeerd terug in marketing.'

Julie pakken het nog professioneler aan?

Geert-Jan: 'Op diverse niveaus. Dit keer wilde Polestar al sponsoren, maar we zouden dat willen uitbreiden naar een vaste shuttledienst, met een 10-tal wagens die rondrijden tussen de bedrijven, wat misschien wel een extraatje kan zijn voor VIP-klanten. Dat geeft niet alleen comfort, maar het straalt ook klasse uit. We willen het VIP-verhaal trouwens uitbreiden. Er komt een samenwerking met een 6 à 7 hotels die voor een vaste prijs gasten ontvangen.' 'We hebben trouwens een projectleidster in dienst genomen: Emma Van Bekkevoort is een welgezinde jonge vrouw die bruist van energie. Zij werkt 75 procent van haar tijd voor Antwerp Design Week maar heeft soms nog tijd om er korte projecten bij te nemen.'

Allicht is dat wel een superdrukke periode waarin je ook 's avonds met klanten gaat eten?

Geert-Jan: 'Een detoxkuur dient zich aan, inderdaad, maar we merken toch dat onze aanpak een verschil maakt. Je hebt niet alleen goede gesprekken tijdens die etentjes, maar Antwerpen zelf speelt daar ook een glansrol in. Je komt hier toffe mensen tegen, er is veel ambiance. Antwerpen is een metropool in pocketsize en leent zich goed voor dit soort dingen.'





Je hebt overdag ook de kans je bedrijf te tonen.

Geert-Jan: 'Je kan je klanten zeer persoonlijk benaderen. Ze leren je bedrijf op een andere manier kennen dan via je product of je salesmensen. Zo wandelen we graag met klanten eens door het magazijn, de zwarte stapelrekken van 10 m hoog met ordelijk gestapelde dozen geeft een erg goede indruk en schept vertrouwen.'

Kwamen er veel nieuwe klanten op af?

Geert-Jan: 'Absoluut. Mensen die we de voorbije jaren via beurzen hebben leren kennen en die we nu hebben aangeschreven. Of klanten die voor Mublo, Vincent Sheppard, Gardeco of Marie's corner kwamen, die stonden ook bij ons in de showroom. Het is op dat vlak een win-win. De kruisbestuiving werkt, daar ben ik al lang van overtuigd. Mensen zoeken

trouwens voortdurend naar collabs en de klant vindt het ook tof. Het is trouwens gemakkelijker om voor een ander bedrijf reclame te maken dan voor je eigen firma (lacht).'

Welke zaken willen jullie nog implementeren voor een volgende editie?

Geert-Jan: 'We denken eraan ook young creators toe te laten tegen een lage 'fee' en die te koppelen aan bijvoorbeeld een showroom als die van Polestar of een winkel als Donum. Er zijn in het buitenland geen mooiere winkels dan Donum, toch? Ik denk dat we het nog verder moeten opentrekken. Met steeds die benchmark van kwaliteit in het achterhoofd.'

Geert-Jan, je trekt dit initiatief al meer dan tien jaar.

Geert-Jan: 'Dat klopt. Al die jaren geleden zat ik samen met Philippe Delaisse op een trein in Indonesië en waren we aan het dagdromen. Daar is uiteindelijk het idee voor de Antwerp Design & Deco Valley uit geboren. We zijn gestart met tien bedrijven die meteen hun schouders onder het initiatief wilden zetten. Toen al met een Antwerp City Guide met handige tips over Antwerpen. Tot ineens vorig jaar de neuzen echt in dezelfde richting stonden. Want beurzen, dat is het toch niet meer, hé. Het trekken van de Antwerp design Days zorgt voor een pak extra werk, maar ik doe dit niet alleen en ik voel dat ik ermee moet doorgaan. Al krijg ik wel eens een terechte opmerking van mijn vrouw. Zo van: "Stak je even veel tijd in XLBoom, de dagen zouden te kort zijn."' "

En wat is het verhaal van het gildenhuis op de Grote Markt?

Geert-Jan: 'We werken toch allemaal rond dezelfde principes van vakmanschap en métier. We werken bovendien samen. Dat zou kunnen leiden tot een nieuwe gilde. Op de Antwerpse Grote Markt staan er twee mooie huizen te koop. Als we die nu gezamenlijk kopen en daar, helemaal curated, elk een object voorstellen dat het grote publiek kan bekijken. En beneden steken we een goed restaurant. Wat denk je?'

www.adw.life