

ERIK VAN DER MEER EN MATTHIJS KLINKERT

FABRIQUE GROEIT IN CONSULTANCY

FABRIQUE IS NIET ZOMAAR EEN DIGITAL AGENCY. HET BUREAU BESTAAT UIT KUNSTENAARS EN INGENIEURS. AL JAREN HEEFT HET OPVALLENDE KLANTEN ALS LOWLANDS, BRANDMR EN HET RIJKSMUSEUM. EIND VORIG JAAR FUSEERDE HET MET ZICHT. HET DOEL IS TE GROEIEN MET BEHOUD VAN HET KARAKTERISTIEKE DNA: HET BELANG VAN GOED ONTWERPEN.

De bovenbuurman is wereldberoemd: het is 'starchitect' Rem Koolhaas. Vanuit een non-descript kantoorgebouw aan het Rotterdamse Weena gaat zijn bureau OMA de wereld over. Een verdieping lager zetelt eveneens een bekend bureau dat ook de wereld over gaat. Al dertig jaar ontwerpt Fabrique niet alleen, maar bouwt het de digitale producten als websites en apps ook zelf. In die periode zette het strategisch ontwerp bureau, met ook een vestiging in Amsterdam, mondiaal de standaard hoe een goede museumwebsite eruit moet zien, moet werken en ontsluiten. Het leverde opdrachten op van het Bruce Museum in New York, John Carter Brown Library in Boston en Louvre Abu Dhabi.

Met trots vertellen Matthijs Klinkert, algemeen directeur, en Erik van der Meer, operationeel directeur, over de langdurige

relatie die ze hebben met het Rijksmuseum, maar ook over het ontwerpen en bouwen van complexe digitale platformen voor Lowlands (Mojo), HEMA en BrandMR (uitspraak: brandmeester, red.).

Het bureau is ooit ontstaan vanuit het industrieel ontwerpen en heeft daardoor veel oog voor (eind)gebruikers. "Bij ons is het ontwerpen vanuit de behoeften van de eindgebruiker altijd het startpunt", duidt Van der Meer het DNA van Fabrique. "We hebben een frame dat we graag op onszelf plakken: wij maken ingewikkeldheid eenvoudig voor eindgebruikers. Ontwerpen betekent voor ons dat het begrijpelijke dingen worden voor mensen en naadloos bij hun belevingswereld aansluit."

BRANDMR GELANCEERD

Een nieuwe opvallende opdracht die de achterliggende periode werd opgepakt







> was het ontwerpen, bouwen en voorzien van content van de digitale infrastructuur van BrandMR, een initiatief van de Haagse SRK Groep. Alle uitgangspunten van ons bureau konden we hierin kwijt, vertelt Klinkert. “De mensen van BrandMR vroegen ons om een innovatief rechtsbijstandsplatform te maken. BrandMR is er vooral voor mensen zonder rechtsbijstandsverzekering die opzien tegen onvoorziene hoge advocaatkosten en juist behoefte hebben aan toegankelijke en betaalbare rechtshulp. Bij zo’n project zijn we ‘gek’ op ons erfgoed van industrieel ontwerpen: we stellen de naar juridische ondersteuning zoekende consument centraal. Onze UX-designers verdiepen zich in de gebruiker. Dat maakt dat sommige mensen hier halve juristen worden als ze met BrandMR bezig zijn: we moeten het totale proces van de dienst overzien. Zij zorgen er uiteindelijk voor dat de achterliggende processen zich daaraan conformeren. Wij combineren op de werkvloer de linker- en rechterhersenhelft.”

MEER DIENSTEN AANBIEDEN

De uitdrukking ‘te groot voor servet, te klein voor tafellaken’ schiet door je hoofd als het gaat over het bereiken van de stip aan de horizon. Na het bundelen van de krachten met bureau Zicht, november vorig jaar, heeft de nieuwe combinatie zo’n honderd werknemers.

“Vroeger was je met zo’n omvang groot. Nu zitten we aan de bovenkant van de middenmoot”, vertelt Klinkert, als hij de strategie voor de komende vijf jaar uitlegt. “In onze markt vindt een consolidatie plaats. We zijn daar terughoudend in geweest, omdat we hechten aan onze onafhankelijkheid. De komende jaren willen we in de breedte groeien met onze diensten, omdat de projecten van onze klanten ook in omvang groeien. Kijk maar eens naar HEMA, waar we veel voor werken. We moeten echt groeien om ons dienstenpakket op niveau te houden om wat de markt vraagt. Er komen steeds meer diensten bij. We ontwerpen systemen, geen losse schermen.”

‘WE ONTWERPEN SYSTEMEN, GEEN LOSSE SCHERMEN’

CONCURRENEN TEGEN ACCENTURE

Laat je overnemen door Deloitte Digital of Accenture? De twee veren op en zeggen in koor nee. “We willen juist uitdager van dat soort bedrijven zijn. Als we worden overgenomen, verdwijnt ons diepgewortelde ontwerpers-DNA”, verwacht Van der Meer. “Consultancy als onderdeel van onze diensten zal steeds belangrijker worden, net als contentproductie en -advies. Het leveren van tekst en beeld wordt een integraal onderdeel van het grote bureau dat we willen worden. De groei financieren we voorlopig uit onze eigen cashflow. Willen we versnellen, dan halen we extern geld op. Maar goed ontwerpen en technische realisatie als integraal onderdeel van ons ontwerpproces blijft onze propositie.” <



Meer informatie