

Werken

Werken

Bedrijfsprofiel

In de ban van behang

Tussen het Oude Dorp en de haven in Huizen ligt het complex van BN International. De voorkant oogt als een fabrieksterrein oude stijl. Daarachter doemt een moderne zwarte hal op bedekt met kleurige vlakken. Hier wordt vinyl behang ontworpen en gemaakt, dat de wereld overgaat.

Tekst: Miriam Vijge Foto's: Studio Kastermans en BN International



Uit de collectie Neo Royal, een design-samenwerking tussen BN International en Studio Marcel Wanders.

‘We zijn de Astérix en Obélix van het behang’

Expert zijn ze in het ontwerpen, ontwikkelen en produceren van materialen voor muren en omslagen. Zo vat Roger Gerards de bedrijfsactiviteiten samen. Hij is sinds anderhalf jaar creative art director bij BN International. Materiaal voor muren -behang- is een eindproduct. Marketingmanager Carolien de Vries laat ook verschillende stalen van vinyl zien met het patroon van leer. Deze halffabricaten van BN worden gebruikt om menukaarten, (notitie)boeken, Bijbels en ook paspoorten te bekleden. In de Tsjechische vestiging, die BN in 1994 overnam, wordt onder meer boekbinderslinnen geproduceerd. De oorsprong van het bedrijf ligt in België. Het Belgische vloerzeil wordt door Balatum (in) Nederland verkocht. Een paar jaar later, in 1929, koopt Balatum in Huizen een vloerzeilenfabriek. Met een historie van bijna 90 jaar is het bedrijf dan ook een bekende in Huizen. Als na de oorlog de verkoop van vloerzeil afneemt, schakelt het bedrijf over naar andere toepassingen; boekomslagen, kaften en wandbekleding. De oorspronkelijke naam Balatum komt in de collectie van boekbindmiddelen terug: Balatex, Balacron en Balathane. Sinds 1979 heet het bedrijf BN International.

3D-effect

„We werken met pvc”, legt Gerards uit in de pas vernieuwde showroom. „Niet met natuurlijke materialen. Pvc slijt minder, gaat dus langer mee en is afwasbaar. Bovendien is het ook veel beter vorm te geven: het bedrukken van vinyl



Roger Gerards en Carolien de Vries.

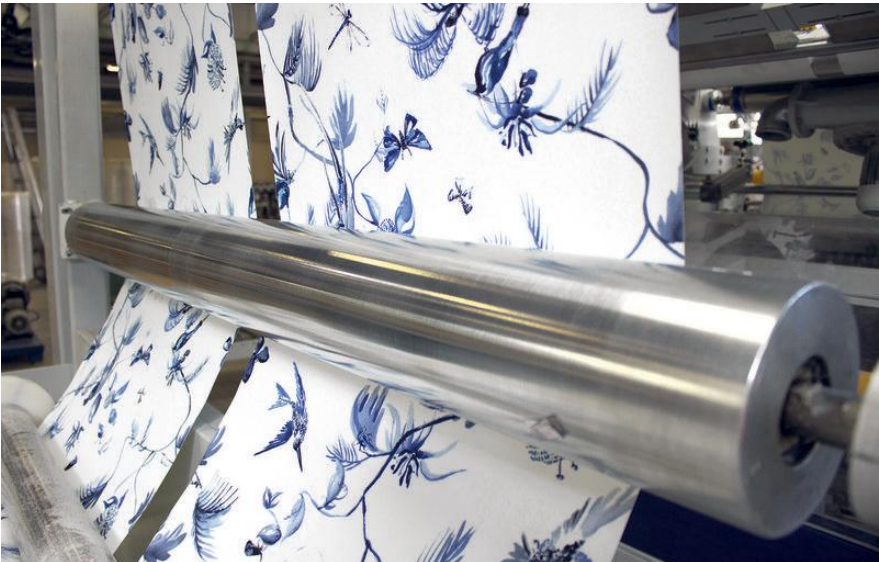
met prentwalsen geeft een 3D-effect wat momenteel erg in is.” Rondom op de wanden en op losstaande panelen nodigen de verschillende wandbekledingen met deze effecten uit tot aanraken en voelen. De Vries glimlacht om die impuls. „Gaaf, hè, dat patroon en reliëf.” Er zijn geometrische patronen en natuurlijk patronen zoals houtnerven, veertjes of de structuur van vergane blaadjes, die amper van echt te onderscheiden zijn, en –wat Gerards noemt- ‘vervreemdende’ ontwerpen, zoals uitgelopen Delfts blauwe inktvlekken die nog nat lijken.

Het is de kracht van dit bedrijf: wat ze hier bedenken kunnen ze hier ook uitproberen en maken op hun eigen walsen en machines. In het technische lab experimenteren onderzoekers en ontwikkelaars

met materialen en structuren. In de designstudio alias atelier werken zeventien mensen. Designers en coloristen maken elke gewenste kleur en elk dessin. „En wie zelf een idee of ontwerp heeft, kan dat bij ons ook laten maken”, vult De Vries aan. Die in-huis expertise voor zowel ontwerpen, ontwikkelen als produceren biedt maatwerk-mogelijkheden. Denk aan bijvoorbeeld digitale prints voor bijzonder behang en kaft, maar ook aan afwijkende maten voor ‘scheve’ muren in oude panden.

Astérix

Hoewel BN International in Nederland de grootste in zijn soort is, is de behangproducent wereldwijd met een omzet van 80 miljoen euro ‘een kleintje’. „We zijn de Astérix en Obélix van het behang”, ver-



BN produceert in Huizen behang voor de hele wereld.

woordt Gerards het weerstaan van de prijsdruk in de markt en de focus op eigen kracht. „Gelukkig zijn muren weer in”, schetst Gerards de marktontwikkeling. „Ik zie meer mode-denken in behang. Dat helpt ons weg te blijven van dat grootschalige industrie- en prijsdenken.” Hij ziet kansen genoeg, vooral in de zogenaamde contractmarkt. Die zakelijke markt gaat via architecten en projectontwikkelaars. De Vries: „Onze contract wallcoverings worden gebruikt voor muren in kantoren, restaurants en hotels. Gerards pakt een staal: „Kijk, voel, dit is een betonlook. Die structuur is in verschillende tinten te leveren. Vinyl beschadigt niet wanneer er koffers en bagagekarren langs schuren.”

Hippe hotels

Aansprekende projecten in Nederland zijn de A'DAM Toren en het Andaz hotel in Amsterdam, en Blooming in Bergen aan Zee. Overigens vind je in hippe hotels van Belfast en Barcelona tot Bogota ook BN op de muur. De Vries over het portfolio: „We maken ook wandbekleding met een speciale coating, die afneembaar is, voor bijvoorbeeld ziekenhuizen en klinieken.” Ze knipoogt: „Zeg maar, behang bestand tegen spetters.” „En we durven”, legt Gerards uit wat BN naar eigen zeggen voor heeft op andere behangproducenten. „In Duitsland is bijvoorbeeld veel concurrentie, maar onze ontwerpen gaan echt wel een stap verder, zijn gewaagder. Wij lopen voorop in de markt voor wat be-



Maatwerk BN-behang in het Andaz hotel in Amsterdam.

treft design en gaan voor kwaliteit, service en aandacht voor detail. We maken wat anderen niet maken.”

Lef

Die lef wordt versterkt door de samenwerking met uitgesproken (Nederlandse) topontwerpers en kunstenaars. Van Gogh inspireerde tot een collectie met amandelbloesembehang, die nu twee jaar op de markt is. Gerards: „Dit jaar hebben we met de studio van Marcel Wanders Neo Royal ontwikkeld. Deze collectie heeft ook qua presentatie en fotografie een koninklijke uitstraling.” Het bedrijf bedient zowel de zakelijke markt als de consumentenmarkt. Volgens Gerards is dat een unieke combinatie in de behangbusiness. „Zo kunnen we ook veel uitwisselen over design, kleuren en

looks tussen ontwerpers, architecten van grote projecten en thuisgebruikers. „Ik heb zelf hier ook pas ontdekt hoe snel en makkelijk behangen eigenlijk is. Verven kost meer tijd, hoor”, zegt de ambassadeur van vinyl behang. „Het zit er zo op en je hebt het er ook zo weer af; geen lagen papier afstomen”, belooft hij. „Ik heb laatst iemand een rol behang voor zijn verjaardag gegeven. Het was het cadeau van de avond!”

Muren kijken

In de ban van behang? „Nou, dit weekend was ik in Hamburg en dan fotografeer ik wel alles”, bekent hij lachend. Herkenning bij De Vries: „Ik mag van mijn man niet meer naar de muren kijken als we in een restaurant zitten. En als ik ergens wandel, betrap ik mezelf

erop dat ik toch naar binnen kijk om te zien wat er op de muur zit.” Tijdens het gesprek staat Gerards ook regelmatig op om met tastbare voorbeelden zijn woorden te illustreren. Hij is in zijn element tussen de stalen en materialen, voelt en vertelt. Over inspiratie, over kleuren, over patronen en structuren.

Merkstrategie

Eerder werkte Gerards als hoofd design bij textielproducent Vlisco. „Ik ben nog steeds verbaasd dat ik niet eerder van dit bedrijf gehoord had, nu ik weet en zie wat hier allemaal gemaakt kan worden. Dat verhaal van BN wil ik nog veel meer en beter brengen.” Onder aanvoering van Gerards voert BN een nieuwe merkstrategie. Hij koos voor andere vormgeving, fotografie en bedacht een nieuwe manier om BN-collecties te presenteren. De Vries enthousiast: „Op Heimtextiel (de grootste internationale vakbeurs voor designtextiel in Frankfurt, red.) kregen we veel positieve reacties op de introductie van onze vijf nieuwe collecties. De eerste bestellingen zijn al op weg naar grossiers.” Gerards bescheiden en met de blik vooruit: „De eerste stappen zijn gezet. Maar het wordt nog veel leuker. Ik wil ook nog veel meer het verhaal van BN International brengen.” Dat kan ook met de kapitaalinjectie van investeerder Value Enhancement Partners, die BN International in 2014 overnam. Sindsdien is ook de productie gemoderniseerd met nu vier machines en uitgebreid naar drie ploegen. De Vries ad rem: „We zijn altijd op zoek naar technische mensen in de productie.” ■

‘Wij durven meer dan de concurrentie’