

# Op trendexpeditie



Een soort programmamaker, reisleider, trendkenner en inspirator ineen zou je Monique Willemse kunnen noemen. Haar TrendExpedition.com biedt een nieuwe vorm van trendspotting voor zakenmen-

sen, marketeers, creatieven en ambtenaren. Onder het mom: kunsten hebben het bedrijfsleven nodig en andersom. Beleving en ondergaan van zintuiglijke ervaringen staan centraal in een zogenaamde TrendExpedition. Willemse werkte in verschillende marketing-, productontwikkeling- en communicatiefuncties voordat ze zes jaar geleden besloot zich met hart en ziel te storten op Momoko Concepts Trends Colours. Dit eenmansbedrijf ontwerpt visionaire concepten – conceptontwikkeling, trendforecasting en kleurontwerpen - voor bedrijven en organisaties. Van papierfabrikant en verzekeringsmaatschappij tot aan de retail- en zorgsector en luchtvaartindustrie, alle kunnen volgens Willemse baat hebben bij haar nieuwe initiatief. Voor dit jaar staan al diverse trendexpedities gepland voor een dag of een periode van enkele dagen in New York, Rotterdam, Londen en Amsterdam. Daarbij wordt

een groep deelnemers (maximaal tien per expeditie) ingevoerd in de creatieve geheimen van een stad, of een gedeelte daarvan. De eerste trendexpeditie was in mei 2006. Willemse organiseerde een Dutch Design-expeditie voor tien Duitse ontwerpers. Zo werd onder meer een nachtelijke architectuurtocht ondernomen en werden bezoeken afgelegd aan verschillende ontwerpstudio's, nieuwe restaurants en de Kunstvlaai. 'Een trendexpeditie over design voor een karpettenmerk is allicht interessant', zegt Willemse, 'maar nog aardiger zou zijn een kruisbestuiving te kunnen bewerkstelligen tussen bedrijven die een heel andere tak van sport beoefenen. En zo ook voor dit soort bedrijven creativiteit te ontsluiten.' Meer informatie: [www.TrendExpedition.com](http://www.TrendExpedition.com).