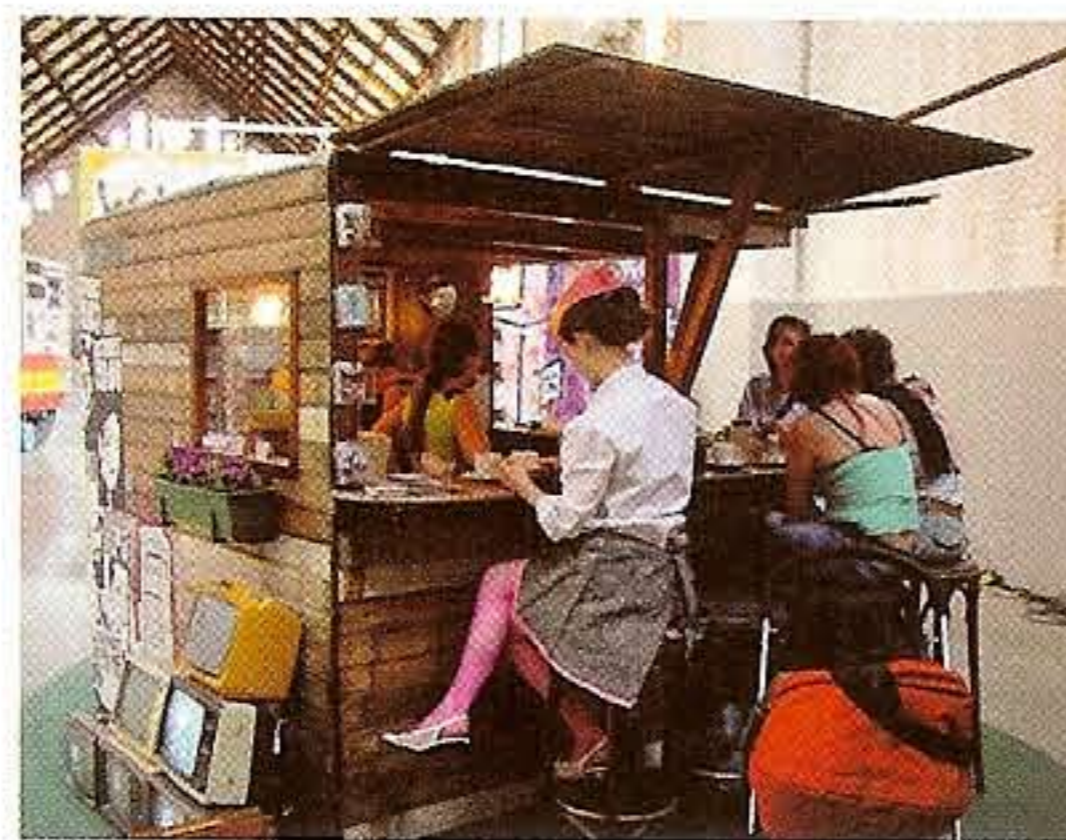


Een bijzondere bijkomstigheid is dat TrendExpedition.com een brug slaat tussen het zakenleven en de creatieve sector; iets waar het bedrijfsleven en de lokale overheid steeds meer de waarde van inzien. Het bedrijfsleven ter verkrijging van onderscheidend vermogen en de overheid ter stimulering van innovatie en dus van de economie.

Knip

Alhoewel de papierbranche duidelijk de hand op de knip heeft, spoort Willemse de papierindustrie aan om zich zeker goed te informeren over te verwachten trends. 'Er komen weinig gewaagde nieuwe soorten uit. Fabriekssluitingen en fusies zijn aan de orde van de dag. Geen wonder dat de industrie daardoor erg naar binnen gekeerd is. Ik denk dat het goed zou zijn om juist nu te blijven vernieuwen en dat kan ook op een ander vlak zijn dan middels productontwikkeling.'



Eigen ervaring

Dat weet Willemse uit eigen ervaring. Na een aantal jaar bij trendsettende papierfabrikanten gewerkt te hebben, startte ze in 2001 haar eigen bedrijf Momoko, gespecialiseerd in conceptontwikkeling, trendspotting en kleuradvies. Ze adviseert allerlei bedrijven: over kleur- en textuurtrends (papierindustrie), kunstaankoopbeleid (groothandel), inrichtingsconcept (zorginstelling). Van de 'Nashuatec Colour Bar' tot het ontwikkelen van nieuwe begrafenisrituelen voor uitvaartverzekeraar Yarden. 'Er is altijd veel afstand tussen de focus van marketeers, die gericht zijn op de verkoop, en die van de creatieven. Ik dicht dat gat; de brug tussen commercie en creatieve intelli-

gentie is echt 'mijn ding'. Aan hulp op dit gebied is steeds meer behoefte. De moderne westerse mens wordt bestookt door een regen aan beelden en geluiden. Wie wil dat z'n boodschap overkomt heeft andere middelen nodig; hij moet meer zintuigen aanspreken, of de zintuigen op een verrassende manier aanspreken. Met Momoko onderzoek ik die mogelijkheden zelf ten behoeve van conceptontwikkeling, met TrendExpedition.com laat ik ze door andere professionals zelf ervaren.'

Kleinschalig

De TrendExpeditions zijn kleinschalig; groepen bestaan uit gemiddeld 10 professionals. 'Dat maakt dat de groep onderling gemakkelijk persoonlijk wordt, maar ook dat we haast als vrienden ontvangen worden op de adressen waar we achter de schermen kijken.' De adressen zijn afkomstig van haar groeiende netwerk aan gelijkgestemden en tipgevers.

Het lijkt een snoepreisje, maar een TrendExpedition is hard werken.

Met een prijs van 2.590 euro per persoon lijken de TrendExpeditions niet goedkoop. 'Daarvoor heb je twee overnachtingen in een driesterren-hotel, twee lunches en een diner, alle transport en een Engelssprekende gids. Maar vooral het profijt van heel veel voorwerk. In de twee dagen ziet en leert de deelnemer veel. Meer dan hij/zij ooit zelf voor elkaar zou krijgen', vindt Willemse. 'Ik mik op product- en innovatiemanagers, creatieven, strategen, ambtenaren, projectontwikkelaars, architecten, vertegenwoordigers van culturele instellingen en overheden; die halen een schat aan informatie uit zo'n programma. Dat geldt ook voor hun relaties uit binnen- en buitenland. Denk bijvoorbeeld aan een onderwerp als soundscaping.'

Nooit van gehoord? Wij ook niet, maar het wordt volgens Willemse van groot belang. Het is het koppelen van geluid aan een merk of het ontwerpen van een geluidscompositie voor een openbare ruimte.

Kortom, met een TrendExpedition op maat ben je in korte tijd weer bij. •

h.jelles@uitgeverijcompres.nl

Voor meer informatie:

www.trendexpedition.com

www.momoko.nl

Deelnemers zien in twee dagen meer dan ze ooit zelf voor elkaar zouden krijgen