

Wie denken De Heeren van Vonder wel dat ze zijn?

De Heeren van Vonder is een Eindhovens ontwerp- en communicatiebureau dat vijf jaar geleden werd opgericht door Wouter van Nieuwland en Antonie de Rooij. Met zeven toppers broeden zij continu op verrassende creaties. Hierbij ligt de nadruk op conceptontwikkeling, vormgeving en nieuwe media. Wat doet dit onderwerp in een woon- en lifestyle magazine? The Art of Living sprak met deze Heeren en ontdekte heel wat raakvlakken. Zo zien we een grote affiniteit met design. Maar vooral niet te vergeten zijn de diverse bekende opdrachtgevers uit de wereld van wonen en lifestyle. >

'Je voelt pas
nattigheid als je
droog komt
te staan'



Antonie de Rooij en Wouter van Nieuwland (De Heeren van Vonder) met fotograaf Cees Roelofs in Saint Tropez bij Club 55, in verband met fotosessies voor de boeken 'At Home With Monique & Jan des Bouvrie' en 'Ontmoetingen van Emile van Dijk'.





De Art Directors Antonie de Rooij en Wouter van Nieuwland (De Heeren van Vonder) werken samen met Cees Roelofs, Arend Jan van der Horst en Rob Bonnemaïjers voor onder andere Jan des Bouvrie, Axel Vervoordt, Paul Fagel, Emile van Dijk, Paul de Lussanet en Joop Braakhekke.

Het resultaat van een reeks inspirerende ontmoetingen

'Moeten is het tegenovergestelde van ontmoeten'

Als ontwerp- en communicatiebureau met veel internationale ervaring krijg je te maken met een breed scala aan opdrachtgevers. Dagelijks worden campagnes ontwikkeld voor toonaangevende bedrijven in de ICT branche, de high-tech industrie, de financiële dienstverlening en de advocatuur. Maar ook voor bedrijven die zich richten op de consument. Een vooraanstaand modehuis, een top audiomerk, een grote health & fitness organisatie of woningbouw projectontwikkelaars.

Over wonen en leven

Zo maakten De Heeren van Vonder een schitterend boekwerk over de nieuw te ontwikkelen villawijk Gaardenhage te Arnhem. Voor dit project bedachten De Heeren niet alleen de naam, maar ook de totale uitstraling die dit project in de campagne heeft gekregen. En dat geldt ook voor het concept l'Etage Kasteeltraverse te Helmond en het luxe appartementenproject Biesterbrug te Weert, waarvoor tevens de website www.biesterbrug.nl werd ontwikkeld.

Virtueel naar de sauna

Momenteel wordt gewerkt aan de nieuwe campagne voor modehuis Jimmy's uit Tilburg, waar merken als Armani, Gentiluomo en Pal Zileri het gezicht bepalen. Ook de nieuwste know-how op het gebied van multimedia is bij De Heeren vertegenwoordigd. Flitsende DVD producties, creditcard CD-Rom's en zelfs een virtuele tour door de Cannons Health & Sports Clubs, waarbij je vanachter je eigen beeldscherm een wandeling kunt maken en een bezoek kunt brengen aan de tennisbaan, de fitnessruimte, het zwembad of de sauna.

Lifestyle boeken en websites

Naast promotionele campagnes zijn De Heeren van Vonder actief als makers van boeken. Hierbij zijn ze niet alleen verantwoordelijk voor het ontwerp, maar vaak ook betrokken als mede-auteurs en bedenkers van boekconcepten. Een van de eerste boeken die De Heeren maakten was 'Het Nonchalante Wonen van Emile van Dijk', een boek over deze binnenhuiskunstenaar uit

Breda. Al snel volgde een grote opdracht voor het boek 'At Home With May & Axel Vervoordt' dat gaat over het leven en werk op het kasteel van deze wereldberoemde kunst- en antiekhandelaar. Naar aanleiding van dit boek werden De Heeren van Vonder samen met fotograaf Cees Roelofs door Jan des Bouvrie uitgenodigd om voor hem het boek 'At Home With Monique & Jan des Bouvrie' te maken. Bij het presenteren van het boekconcept reageerde Jan met: 'Jullie scoren een 10!'. Vervolgens werd opdracht gegeven tot het restylen van de huisstijl en het ontwikkelen van de nieuwe website www.jandesbouvrie.nl.

Inspirerende ontmoetingen

Eind 2002 verscheen het boek 'Ontmoetingen van Emile van Dijk' waarin kennis wordt gemaakt met galeriehouders, kasteelheren, tuinarchitecten en top-koks. Speciaal voor dit boek kregen De Heeren een privé kooklesje van Paul Fagel. Rond diezelfde tijd verscheen het eigen boek van De Heeren van Vonder getiteld Look! Dit boek bevat impressies van werken gerealiseerd voor diverse opdrachtgevers, aangevuld met opmerkelijke uitspraken van deze personen. Axel Vervoordt schreef: 'I need the things for inspiration, not for possessing, but for their warmth and friendship'. Hans Wiegel was korter: 'Ontspannen zijn, dan lukt alles', waar Paul Fagel aan toevoegde: 'Je gaat voor de dood of voor de gladiolen'. Jan des Bouvrie sprak toepasselijk: 'Als niet alles wit is spreekt kleur niet'. Van Bots zanger Hans Sanders kregen we: 'Je voelt pas nattigheid als je droog komt te staan'. 'Moeten is het tegenovergestelde van ontmoeten' aldus Emile van Dijk. En ten slotte Helma, de interieurverzorgster van De Heeren van Vonder: 'Alles is hier vet, behalve de soep!'.

Het succes achter de samenwerking

Waarom kiezen deze opdrachtgevers voor De Heeren van Vonder? Hoe komt het dat een boek van bijna 100 euro in slechts drie maanden is uitverkocht? Het geheim schuilt in een unieke samenwerking die wordt gekenmerkt door individuele vrijheid. Vrijheid, geen vrijblijvendheid. En niet te vergeten een passie voor ontwerp, plezier in het creatieve proces en een aangenaam contact met de opdrachtgever. Door een bijzondere werkwijze waarbij ontmoetingen met de hoofdpersonen centraal staan, creëren De Heeren van Vonder samen met Cees Roelofs een unieke sfeer in hun boeken. Gelijkgestemdheid in mentaliteit met de opdrachtgever zorgt voor de noodzakelijke 'klik'. Dit leidt tot verrassende inzichten die tot uitdrukking komen in het eindresultaat.

Gelijkgestemdheid in mentaliteit met de opdrachtgever zorgt voor de noodzakelijke 'klik'



Voor meer informatie over De Heeren van Vonder zie www.dhvv.nl of bel 040-2928715. Met dank aan Paul Barclay, Domien Hellwig, Mart van Iersel, J-roen Meeuwissen & Marc Roelands.