



## Aardse tint voor The New Office

**W**e hebben het de voorbije jaren allemaal gemerkt: we trekken steeds meer de natuur in. Deze aantrekkingskracht wordt ook biofilie genoemd, letterlijk vertaald “de liefde voor het leven”. Maar waar komt deze drang vandaan? Heeft dat ook invloed op de manier waarop we gebouwen gaan inrichten. En hoe kijken ondernemingen tegen het gebruik van kleuren aan? Tijdens een Kinnarps-webinar ging Interior Designer Natasja Holvoet dieper in op dit trending topic.

Biofilie wijst op de aangeboren menselijke verbinding met de natuur. Biophilic design resulteert in een prettige en gezonde omgeving. “Ruimtelijke indelingen die voorkomen in de natuur bieden een wijds uitzicht, een veilige ruimte om tot rust te komen en de mogelijkheid om dingen te ontdekken”, aldus Interior Designer Natasja Holvoet. “Een modelvoorbeeld van biophilic design is het Guggenheim Museum in New York. In het ontwerp ervan komen verschillende biofilische aspecten aan bod. Naast de open, spiraalvormige structuur, waarbij het wijdse uitzicht bewaard blijft, is er de gigantische koepel die veel natuurlijk daglicht binnenlaat. De aanwezigheid van wat groen op het ge-

lijkvloers zorgt er mee voor dat men zich goed voelt in dit gebouw. We kunnen de natuur naar kantoor halen door gebruik te maken van natuurlijke materialen zoals hout, wol... en rekening te houden met natuurlijk daglicht voor de positionering van de werkplek. Rustige kleuren die voorkomen in de natuur (aardetinten...) helpen hierbij, net zoals bv. planten. Maar dit kunnen ook kunstplanten, fotoprints van natuurlijke omgevingen.... zijn.”

### Lichte, effen kleuren en aardetinten

Kleuren hebben een grote invloed op hoe we ons voelen. Kunnen we door de juiste kleuren te kiezen ook onze werkomgeving beïnvloeden? “Alle kleuren wekken specifieke associaties en gevoelens op. Groen kalmeert, geel trekt aandacht... Zo blijkt er een duidelijke link tussen de kleuren en prints in tijden van crisis (lichte, effen kleuren en aardetinten) en deze in welvarende tijden (felle kleuren en vrolijke prints)”, zegt Natasja Holvoet. Voor 2021 zijn de kleurentrends tijdloos grijs en helder geel (praktisch en onwrikbaar, maar up-to-date). The circle of life staat voor een harmonieus kleurenpalet en grijpt terug naar de basics van de natuur.

De aardse tint Brave Ground vertaalt de inzichten van het voorbije jaar naar een uitverkoren kleur die de stemming van het moment weerspiegelt. Een tint met een impact op interieurs wereldwijd. Ook Anna Werntoft en Ingela Carlson van, respectievelijk, de Zweedse designmerken Skandiform en Materia, gaven hun visie op de kleurentrends voor 2021.

### Huisstijl en kleuren

Het gebruik van kleuren in ondernemingen ziet Natasja Holvoet als volgt: “De meeste bedrijven kiezen een neutrale, tijdloze kleur voor hun logo (zwart, blauw), uitgesproken logo-kleuren kunnen wel voor een sterke branding zorgen. Wanneer er een huisstijl ontworpen wordt, die ruimer gaat dan de logo-kleuren, is het gebruikte kleurenpalet mogelijk iets meer tijdsgebonden. Maar doorheen de tijd zie je dat die huisstijl geüpdate wordt en de kleuren dan langzaam evolueren met de tijdsgeschiedenis. Bijvoorbeeld een opvallend groen dat bij elke update een beetje meer desatureert en donkerder wordt.”

*Door Philip Declercq  
Foto's Kinnarps*

[www.kinnarps.be](http://www.kinnarps.be)

