

Bo Gene's challenge

Een heel nieuw en hypermodern idee opgezet met creatieveling en kunststofbewonderaar Fleur Swildens. Tijd, kennis en het Bolidt laboratorium stelt Bolidt beschikbaar om architecten hun fantasieën in Bolidtop kunststof om te zetten. Bo Gene's challenge, geniaal!

"No business will survive if not making a profit. But it will neither survive if it will just want to make a profit" – Henry Ford

1 het flexibiliteitsvirus
Over het algemeen zijn standaardoplossingen interessant voor bedrijven die de kosten willen beheersen en interessant voor consumenten die gegevens en informatie met elkaar willen uitwisselen, maar daar houdt het eigenlijk wel mee op!

Het toverwoord voor de toekomst van marketing is niet 'standaard' maar 'flexibel'. Er zijn bedrijven, Flex Car Rental, Flexfirm, die deze flexibiliteit verheffen tot missie. Een stuk subtieler zou zijn om in de huisstijl van het bedrijf uitdrukking te geven tot flexibiliteit. Afleidingen van het woord flexibel in de naam van producten komen ook voor, zoals Flex Inkt, een inktlabel voor de beveiliging van kleding. Veel inventiever is een product dat zich als een kameleon aan alle omstandigheden kan aanpassen. Zoals de maxi-pantykous, die kan gedragen kan worden als minirok, keurig zwart jurkje of als een elegante, enkellange jurk. Hier worden de spaghetti bandjes bijgeleverd!

Flexwerken, Flexibele pensioenplannen, zap-abonnementen, flexibel, alles lijkt in dit moderne leven op de flexibiliteit van toepassing. Flexibele vloersystemen, flexibele onderwijssystemen, flexibele bouwsystemen, weinig producten en diensten lijken te kunnen ontsnappen aan het flexibiliteitsvirus.

Flexibele producten en diensten zijn een logisch gevolg van het kameleon achtige gedrag van mensen. Algemene gedragsregels werden vervangen door grillige verhoudingen. Relaties kunnen gemakkelijk omslaan van formeel naar informeel of van democratisch naar hiërarchisch. Dit levert veel tegenreacties op. Zoals de herintroductie van etiquette. Flexibiliteit heeft genoeg negatieve effecten. De onmogelijkheid om duidelijke afspraken te maken bijvoorbeeld of de toenemende invloed van het korte termijn denken. Maar het belangrijkste negatieve aspect is waarschijnlijk de constatering dat wanneer alles flexibel is, alles ook iets anders kan zijn. Het doemscenario is dat consumenten gedesoriënteerd raken en bedrijven met een identiteitscrisis in therapie moeten. De remedie is paradoxaal: hoe flexibeler het bedrijf zich gedraagt, hoe duidelijker de identiteit moet zijn.

VERTAALD NAAR SEARCH LAB:

- door dit Search lab zal meer aandacht worden besteed aan de **KUNSTSTOFTOEPASSING!**
- via deze samenwerking tussen Bolidt, (interieur)architecten en andere aanverwante disciplines zullen nieuwe vloeren dan wel producten ontwikkeld worden.
- welke vervolgens opgenomen kunnen worden in het standaard assortiment of waar nieuwe marktsegmenten uit voort vloeien.

2 De wereldwijde wonderen der techniek
Binnen enkele decennia heeft de overgang van het industriële- naar het informatie-tijdperk plaatsgevonden. Technologie biedt de mogelijkheid om het leven in te richten en te beheersen naar eigen inzicht. Van vormen van vervoer, voedingsmiddelen van strategie- tot productontwikkeling en van organisatie tot merk, alles en iedereen wordt er door beïnvloed.

Bo Gene's challenge

Informatietechnologie, telecommunicatie, microtechnologie, biotechnologie en duurzame technologie zijn grote technologische ontwikkelingen die van invloed zijn. Ze nodigen uit om op allerlei raakvlakken deze verschillende ontwikkelingen met elkaar te combineren. Internetten via de kabel, de I-mode, zijn hier voorbeelden van. De Belgische fastfoodketen Quick heeft in R'dam een business unit met faciliteiten als fax, telefoon en laptop. Tv berichten met de laatste beursberichten maakt de hamburger-experience compleet.

Bewoners op het Java eiland in A'dam kunnen via een Woongemaksysteem vanuit huis boodschappen doen bij de C-1000. Via een Bode-scherm kunnen producten worden geselecteerd en besteld. Hierin is ook een video systeem en beveiliging verwerkt. Niet alleen bij dieren worden experimenten gedaan met genetische manipulatie ook bij mensen. Het diepvriezen van reeds bevruchte eicellen zodat er tweelingen geboren worden met een leeftijdsverschil van een aantal jaren, is ook geen onbekend fenomeen. Het levert veel weerstand op. Want waar liggen de grenzen van de wetenschap?

Waar bij de biotechnologie de techniek nog maatgevend lijkt, is op het gebied van informatietechnologie de aandacht al lang gericht op de aanpassing van techniek aan het gedrag en de beleving van de mensen. Met als gevolg dat hardware en software zich steeds menselijker gaan gedragen.

VERTAALD NAAR SEARCH LAB:

- Het net wordt dan ook intensief gebruikt om op de hoogte te blijven van alle nieuwste ontwikkelingen
- (interieur)architecten laten zich hierdoor inspireren
- Hier worden twee ontwikkelingen met elkaar verbonden, informatie technologie en productontwikkeling

3 de toekomst van het verleden
Het was in de jaren '60 dat de maanlanding de fantasie prikkelde, nu zijn het de mogelijkheden van de informatie- en communicatietechnologie. De komst van de digitale nomade, de kosmopolitische eenling die met slechts een laptop als bagage, zich overal thuis voelt is voorspeld door futurologen. In de moderne architectuur is sprake van een heropleving van de bouwstijl uit de jaren twintig, het modernisme onder de noemer super modernisme. Deze supermodernisten spelen in op en refereren aan het verleden via de tijdsgeest van mobiliteit, digitalisering en informatietechnologie. In deze tijd van globalisering wordt de behoefte groter aan herkenbaarheid. Vandaar een 'revival of the past'

De digitale nomade is een supermodernist en een superindividualist. Hij is van niemand afhankelijk en doet waar hij zin in heeft en volgt zijn eigen weg. In dit scenario zou de maatschappij bestaan uit eenzaam dolende zielen. Hierdoor is ook het wij-gevoel als nooit tevoren, alhoewel dit tijdelijk en plaatselijk is. Het duurt nooit langer dan een voetbalwedstrijd. Het wordt in een 'event' gegoten, om deze digitale nomade een experience mee te geven. Een beleving om het verhaal de wereld in te brengen!

Pogingen om deze super individualist tot een doelgroep te kneden is het verpersoonlijken van een product.



Bo Gene's challenge

Personal tv, hier kun je via een apparaat je eigen programma en tijdstip regelen, of www.barbie.com waar je je eigen unieke barbie kunt samenstellen en het allerindividueelste exemplaar wordt per omgaande naar je toe gestuurd. Je eigen op maat gemaakte spijkerbroek van Levi's en bij Nissan kun je je eigen persoonlijke auto samenstellen, in kleur, vorm van de stoel en soort bekleding.

VERTAALD NAAR SEARCH LAB:

- Door het product als grondstof aan te bieden verpersoonlijken we het product.
- Het lab is bedoeld voor experimenten om tot nieuwe kunststoftoepassingsvormen te komen.
- Ter versterking van de beleving zal in het gebouw van Bolidt een plek worden ingericht waar al deze experimenten tentoongesteld zullen worden.

4 Spel zonder grenzen

Door politieke verschuivingen, economische ontwikkelingen, maar vooral ook door informatietechnologie en telecommunicatie, lijken afstanden en tijdsverschillen er niet meer toe te doen. Grenzen in de vorm van muren en hekken spelen nauwelijks een rol meer omdat bits en bytes geen fysieke grenzen kennen. De netwerkeconomie, waarin alles aan elkaar gelinkt is en alles met elkaar te maken heeft, begint duidelijk vorm aan te nemen. Het proces van globalisering werkt de vervaging van allerlei grenzen in de hand, soms op de vreemdste plekken en op de meest wonderbaarlijkste manieren. In de taal worden allerlei mengvormen van begrippen bedacht. Globalisering en lokalisering wordt glocalisering, informatie en entertainment wordt infotainment en educatie en entertainment edutainment. Dan zijn we vandaag bij de tijd! Naast deze nieuwe begrippen doen hyper-nutricious foods, mood foods, agrotourisme hun intrede.



Ook in de stedenbouw en architectuur worden nieuwe bestemmingen gegeven aan het cultureel erfgoed. Daarbij vervagen de grenzen tussen wat oud en oorspronkelijk en wat nieuw en vernieuwend is. De oude gebouwen beschikken over wat nieuwbouw zelden kan bieden: identiteit en karakter, traditie en nostalgie en vooral romantische verhalen uit het verleden. Het ziekenhuis wordt hotel, het station winkelcentrum. De consument wordt door allerlei vormen van one-stop shopping op zijn wenken bedient. Maar ook fabrikanten worden retailers (Nike, Walt Disney) en retailers worden fabrikanten (Albert Heijn, Hema)

Al met al worden de grenzen tussen wat mogelijk en onmogelijk is niet meer bepaald door muren en hekken van hout en staal, maar door tijd en afstand, door techniek en wetenschap!

VERTAALD NAAR SEARCH LAB:

- (interieur)architecten willen vaak een product dat of al uit de handel is of dat er nog niet is.
- Bolidt biedt nu in samenwerking met deze creatieven de tijd, ruimte en techniek om innovatieve producten te ontwikkelen.