



LONDON  
DESIGN  
FAIR

DUTCH  
STUFF

PROJECTPLAN  
AANVRAAG BRABANT C

## INHOUDSOPGAVE

1	London Design Fair .....	2
2	Dutch Stuff .....	3
2.1	Doelstelling van het ontwikkelproject Dutch Stuff .....	4
2.2	Actielijnen binnen het ontwikkelproject Dutch Stuff .....	4
	<i>Actielijn 1 – Ontwikkeling van kwaliteit, niveau en waardebeleving van Dutch Stuff.....</i>	<i>4</i>
	<i>Actielijn 2 – Ontwikkeling van het businessmodel van het Dutch Stuff evenement .....</i>	<i>5</i>
	<i>Actielijn 3 – Ontwikkeling van samenwerking met Dutch Design Foundation en Fontys Hogescholen</i>	<i>6</i>
3	Het Dutch Stuff team van London Design Fair.....	7
4	Analyse van mogelijke risico's .....	7
4.1	Deelnemers.....	8
4.2	Personeel.....	8
4.3	Financieel.....	8
5	Vervolg na het Brabant C project Dutch Stuff .....	8

## 1 LONDON DESIGN FAIR

De [London Design Fair](#) is een evenement dat al sinds 2007 plaatsvindt tijdens het [London Design Festival](#) (tot 2016 onder de naam "Tent London") en het vormt één van de vier grote elementen binnen dat jaarlijkse evenement. Hierbij is de London Design Fair de meest internationale onderdeel van het jaarlijkse London Design Festival in de vorm van een vierdaags evenement met een duidelijk commerciële focus, waar [550 exposanten uit 36 landen](#) worden bijeengebracht. Hieronder zijn onafhankelijke ontwerpers, gevestigde merken, internationale landpaviljoens en tentoonstellingen. Al deze partijen worden gedurende deze [vier dagen](#) gevonden door meer dan [28.000 bezoekers](#), zijnde invloedrijke retailkopers, architecten, interieurontwerpers, pers, ontwerpers en design belust publiek die hier de nieuwste internationale design invloeden komen opsnuiven (69% is zakelijk bezoeker).

Uit eerdere edities van de London Design Fair blijkt dat de bezoekers voor het grootste deel (84%) afkomstig zijn uit het Verenigd Koninkrijk en dat zij door de zorgvuldige internationale samenstelling van de London Design Fair de internationale crème-de-la-crème op het gebied van design voorgeschoteld krijgen. Daarnaast weten jaarlijkse ook maar liefst [150.000 unieke websitebezoekers](#) de London Design Fair website te vinden wat leidt tot [430.000 pagina weergaven](#). De afgelopen jaren is de London Design Fair, als onderdeel van het London Design Festival, gestaag gegroeid met een [bezoekersgroei van gemiddeld 12% per jaar](#) waarbij de bezoekers ook nog eens meer tijd besteden op het evenement.



Onderdeel van de ontwikkeling van London Design Fair de afgelopen jaren is [een toenemende aanwezigheid van landenpaviljoens](#). Deze landenpaviljoens bieden designers de mogelijkheid om hun werk aan de Britse markt te presenteren, ondanks dat individuele deelname vaak te kostbaar is. Kijkend naar de internationale waarde van Dutch Design, is het Britse podium in het creatieve hart van oost London een podium dat niet kan worden overgeslagen. Om deze kans om Dutch Design in het Verenigd Koninkrijk in de spotlight te zetten optimaal te benutten, is in 2017 bij wijze van verkenning, [voor het eerst een Holland Paviljoen](#) ingericht tijdens de London Design Fair. Dit is een groot succes gebleken, waarbij 74 geselecteerde designers (een selectie uit 140 aanmeldingen) hun werk hebben getoond aan [meer dan 28.000 bezoekers](#). Dit succes heeft het fundament gelegd voor het project waarvoor deze Brabant C aanvraag is vormgegeven: [het project "Dutch Stuff"](#).

In nauwe samenwerking met de Nederlandse ambassade, en met steun van de Nederlandse overheid vanuit de SIB-regeling 2017, is in 2017 het Holland Paviljoen ingericht. Dit eerste jaar heeft met name in het teken gestaan van verkenning van de [inhoud](#), verkenning van de [opbouw van de tentoonstelling](#) en verkenning van [draagvlak voor deelname bij designers](#) waarbij London Design Fair in dat eerste jaar zeer beperkt kosten doorberekend. Inhoudelijk was het evenement een groot succes, waarmee de basis is gelegd voor het project "Dutch Stuff" waarbij in twee jaar het Dutch Stuff evenement een sluitende businesscase gaat ontwikkelen.

## 2 DUTCH STUFF

Met de 2017 editie van Dutch Stuff is aangetoond dat Nederlandse designers bijzonder graag hun werk tonen aan het publiek in het Verenigd Koninkrijk wat is onderschreven door [maar liefst 140 aanmeldingen van designers en bedrijven](#) die wilden deelnemen aan Dutch Stuff. Kijkend naar de [uiteindelijke deelname van 74 designers en bedrijven](#) die hun werk hebben kunnen tonen aan meer dan 28.000 bezoekers tijdens de vier dagen dat het evenement duurt, was het evenement inhoudelijk een groot succes waarmee het plan is ontstaan voor [de ontwikkeling van Dutch Stuff tot een jaarlijks terugkomende showcase van Dutch Design](#).

De uitdaging bij de ontwikkeling van Dutch Stuff tot een jaarlijks terugkomend event binnen de London Design Fair is [de ontwikkeling van een sluitend businessmodel](#) en daarmee [de creatie van een subsidie-onafhankelijkheid](#). De eerste editie van het evenement was commercieel gezien geen representatief voorbeeld vanwege de bescheiden financiële omvang (met een budget van circa EUR 60.000) waar de editie van 2018 dit wel gaat zijn met een budget van ongeveer EUR 122.000. Het is de ambitie van London Design Fair om de Dutch Stuff editie van 2020 zonder subsidie te laten plaatsvinden, waarbij de kosten gedragen kunnen worden door de deelnemende designers en bedrijven aan Dutch Stuff.

Met de aanwezigheid van Dutch Stuff tijdens de London Design Fair wordt er structureel een brug geslagen tussen toonaangevende Nederlandse designers en designbedrijf enerzijds, en voornamelijk Britse inkopers, ontwerpers, (interieur-)architecten en fabrikanten. Hiermee ontstaat er artistieke kruisbestuiving tegelijk met nieuwe economische kansen waar designers worden ingehuurd door het Britse bedrijfsleven.

## 2.1 DOELSTELLING VAN HET ONTWIKKELPROJECT DUTCH STUFF

De doelstelling van het ontwikkelproject Dutch Stuff is om in een periode van twee jaar (middels twee edities van Dutch Stuff) *het Dutch Stuff evenement binnen de London Design Fair tot een volledig "self supporting" evenement te ontwikkelen in 2020*. Om dit te kunnen realiseren, is er een drietal subdoelen benoemd die samen deze ambitie dragen:

1. Ontwikkeling van *kwaliteit, niveau en waardebeleving* van het Dutch Stuff evenement
2. Ontwikkeling van het *businessmodel* van het Dutch Stuff evenement
3. Ontwikkeling van de *samenwerking* met Dutch Design Foundation en Fontys Hogescholen

Deze drie subdoelen zijn vertaald in actielijnen waarop in de navolgende paragrafen zal worden ingegaan. Deze actielijnen zullen centraal staan in het project dat een looptijd kent van twee jaar en waarbinnen de Dutch Stuff edities van 2018 (20-23 september) en 2019 zullen vallen.

## 2.2 ACTIELIJNEN BINNEN HET ONTWIKKELPROJECT DUTCH STUFF

Bij de ontwikkeling van Dutch Stuff *werkt de London Design Fair nauw samen met de Nederlandse Ambassade in London*. Vanuit de ambassade wordt de kracht van Dutch Design in het Verenigd Koninkrijk voor het voetlicht gebracht en daarvoor is Dutch Stuff het uitgelezen podium. Om de komende twee jaar Dutch Stuff te ontwikkelen naar een zelfstandig evenement wordt er daarom ingezet op de hierna beschreven actielijnen.

### *Actielijn 1 – Ontwikkeling van kwaliteit, niveau en waardebeleving van Dutch Stuff*

De kwaliteit van de tentoonstelling en van het getoonde werk is de basis van Dutch Stuff om daarmee de kracht van Dutch Design te kunnen tonen. Een *waardevolle internationale showcase van Dutch Design tijdens het London Design Festival* is wat er met Dutch Stuff wordt neergezet, waarbij Dutch Design een internationaal podium krijgt. Hierbij is het van belang te weten *dat in 2017 maar liefst 80% van de 74 deelnemende designers afkomstig waren uit Brabant*, waarmee het belang van Dutch Stuff voor de Brabantse design community nadrukkelijk zichtbaar is. Zonder hiervoor specifieke eisen in de selectiecriteria op te nemen, is de verwachting dat jaarlijks circa 80% van de deelnemende designers afkomstig zal zijn uit Brabant, wat voortkomt uit *het krachtige Brabantse design ecosysteem* (waarbinnen Design Academy Eindhoven en Dutch Design Week, maar ook designlabs en werkplaatsen als Cor Unum, Textiellab, Social Label en EKWC een cruciale rol vervullen).

Het curatorschap wordt voor Dutch Stuff wordt ingevuld door London Design Fair waarbij de werving van designers en bedrijven het startpunt vormt (zie ook <https://www.londondesignfair.co.uk/dutch-stuff-applications>). Hierbij wordt de London Design Fair ondersteund door een externe marketingpartij (Zetteler) om te zorgen voor een kwalitatief hoogwaardige uitstraling.

Vanaf de 2018 editie van Dutch Stuff wordt het ontwerp van het paviljoen aangepast waarmee [de bezoekersbeleving van het Dutch Stuff paviljoen naar een hoger plan wordt getild](#). Dit wordt gedaan door een andere samenstelling van de tentoonstelling: vanaf 2018 worden er geen collectieven meer toegelaten die meerdere designers vertegenwoordigen, maar wordt er ingezet op [onafhankelijke designers die elk maximaal vijf eigen werken](#) mogen tonen. Hierdoor is er in 2018 slechts [ruimte voor 30 designers](#), waar dit er in 2017 nog 74 waren en hiermee wordt er nadrukkelijk gekozen voor enerzijds kwaliteit over kwantiteit, en anderzijds voor een betere balans tussen de ontwerpers. Richting 2019 en 2020 is het de bedoeling dat het aantal designers wordt opgebouwd naar uiteindelijk 40 deelnemers, zonder daarbij de kwaliteit van de presentatie en de zichtbaarheid onrecht aan te doen.

#### *Actielijn 2 – Ontwikkeling van het businessmodel van het Dutch Stuff evenement*

In de komende twee jaar wordt er binnen het Brabant C project Dutch Stuff ingezet op de ontwikkeling [om richting 2020 te komen tot een volledig financieel selfsupporting evenement](#). Na de verkennende editie in 2017 is gebleken dat het evenement inhoudelijk een zeer waardevolle bijdrage vormt aan de internationale presentatiemogelijkheden van Nederlandse ontwerpers. In 2018 zal Dutch Stuff echter voor het eerst tegen volwaardige kosten worden gerealiseerd en worden ook de eerste stappen gezet om het evenement in te ontwikkelen tot een financieel selfsupporting evenement. Hiermee gaat Dutch Stuff enerzijds structureel onderdeel uitmaken van het aanbod tijdens de London Design Fair, maar anderzijds ook van het netwerk van (inter-)nationale designpodia waar Dutch Design in de spotlight staat. Het businessmodel dat gedurende dit project ontwikkeld gaat worden, wordt gedragen door twee belangrijke pijlers: [deelnemerbijdragen en sponsorbijdragen](#).

#### *Deelnemerbijdrage*

Gedurende de komende twee jaar ontwikkelt Dutch Stuff zich van een evenement waar deelnemers zonder eigen bijdrage aan kunnen deelnemen, naar een evenement waar deelnemers (in 2020) een bescheiden bijdrage betalen om deel te nemen. In dit project wordt daarom in 2019 [een eigen bijdrage van EUR 750 per deelnemende designer](#) worden geïntroduceerd. Vervolgens wordt (bij succes) de bijdrage in 2020 bepaald op EUR 1.500. Het is niet de bedoeling deze bijdrage vervolgens nog verder te verhogen in de volgende jaren, het is nadrukkelijk een groeimodel dat in twee stappen naar een deelnemerbijdrage van EUR 1.500 groeit. Het spreekt voor zich, dat voor deelnemers daarmee wel [de commerciële waarde van een Dutch Design podium in het Verenigd Koninkrijk](#) duidelijk moet zijn (als “appetizer” voor de Dutch Design Week maar ook [om het Britse publiek te tonen wat Dutch Design betekent](#)).

### *Sponsorbijdrage*

In de komende twee jaar wordt er ingezet op de werving van één of twee grote Dutch Stuff sponsors die structureel een belangrijke pijler moeten gaan vormen onder Dutch Stuff. Van deze sponsors wordt in 2019 een bijdrage voorzien van circa EUR 30.000 en deze bijdrage dient richting 2020 vervolgens te groeien naar EUR 60.000. Bij deze sponsors wordt gedacht aan internationaal opererende Nederlandse bedrijven die graag in de Engelse markt tonen hoezeer zij de kracht van Dutch Design benutten, hoe waardevol Dutch Design voor hen is en waarom Dutch Design hen helpt te komen tot een unieke propositie.

De ambitie om het Dutch Stuff businessmodel langs twee assen te ontwikkelen, betekent dat de propositie voor ontwerpers én voor toonaangevende Nederlandse bedrijven duidelijk zal moeten worden benoemd. Hierbij moet duidelijk worden gemaakt wat deelname voor de designers commercieel oplevert (direct én indirect) en waarom het voor het Nederlandse bedrijfsleven waardevol is om zich hier te tonen. Daarnaast zal er, om voldoende deelnemers aan te blijven trekken én om interessant te zijn voor grotere sponsors, moeten worden geïnvesteerd op de onder actielijn 1 benoemde kwaliteit en de bijbehorende beleving van die kwaliteit door bezoekers én deelnemers.

Uiteindelijk moet de totale ontwikkeling van Dutch Stuff er de komende twee jaar voor zorgen dat er in 2020 een evenement staat met een totale begroting van circa EUR 125.000 (we gaan daarbij uit van een jaarlijkse kostenstijging van 2% maar verder niet van een groei van de begroting) die voor de helft wordt gedragen door bijdragen van deelnemers en die voor de helft wordt gedragen door één of twee sponsors. De ontwikkeling van dit businessplan kost tijd en in dat proces wordt voor een deel gesteund op een bijdrage vanuit het Brabant C fonds.

### *Actielijn 3 – Ontwikkeling van samenwerking met Dutch Design Foundation en Fontys Hogescholen*

Naast de ontwikkeling van de kwaliteit van de expositie en het zorgen voor een brede aanwezigheid van toonaangevend Dutch Design, is het ook van belang te investeren in de link met het krachtige Nederlandse (Brabantse) design ecosysteem. Hiertoe zal er de komende twee jaar worden gewerkt aan enerzijds een structurele versterking van de samenwerking met de Dutch Design Foundation, en anderzijds aan een verdieping van de samenwerking met Fontys Hogescholen.

De London Design Fair en het London Design Festival vinden jaarlijks plaats ongeveer een maand voor de Dutch Design Week als hét internationale podium voor Dutch Design. Het is de bedoeling dat Dutch Stuff hierbij voor met name het publiek uit het Verenigd Koninkrijk de rol van “appetizer” gaat vervullen. Bezoekers krijgen tijdens Dutch Stuff een voorproefje van de kracht van Dutch Design en kunnen niet wachten dit verder te verkennen tijdens Dutch Design Week. Om deze kruisbestuiving zo goed mogelijk in te vullen, heeft London Design Fair een samenwerkingsovereenkomst gesloten met de Dutch Design Foundation (de partij achter de Dutch Design Week) waarin afspraken zijn gemaakt over wederzijdse marketing inzet.

In de komende twee jaar zal worden onderzocht [hoe de samenwerking tussen Dutch Stuff en Dutch Design Week](#) (ofwel London Design Fair en Dutch Design Foundation) [verder kan worden geïntensiveerd](#). Dit zou kunnen gaan over verdere gezamenlijke marketing, maar ook een rol van Dutch Design Foundation bij het cureren van de Dutch Stuff tentoonstelling is denkbaar.

Tot slot wordt het bezoekersprogramma in de vorm van [Trend Tours](#) en een publieksprogramma met daarbinnen discussies met Nederlandse experts over Dutch Design in de London Design Fair Talks Arena verder uitgebouwd. De Trend Tours worden georganiseerd door [bachelor studenten van Fontys Hogescholen, vakgroep International Lifestyle Studies](#) en hierbij worden bezoekers langs trends over de hele beurs geleid, waarbij nadrukkelijk wordt benoemd dat deze tours een Nederlands initiatief zijn. De succesvolle samenwerking met Fontys studenten in het kader van de Trend Tours, heeft ertoe geleid dat London Design Fair voor 2019 de [ambitie heeft om een Fontys stagiair te werven](#) om het Dutch Stuff paviljoen organisatorisch te managen vanuit het kantoor van de London Design Fair.

### 3 HET DUTCH STUFF TEAM VAN LONDON DESIGN FAIR

Het team dat Dutch Stuff tot een structureel podium voor Dutch Design gaat ontwikkelen wordt geleid door [Jimmy MacDonald, oprichter en directeur van de London Design Fair](#). Daarnaast werken er medewerkers van de London Design Fair mee aan de totstandkoming van Dutch Stuff die daarbij worden [bijgestaan door de Nederlandse ambassade in London](#). Vanuit de ambassade is [Tessel van Essen betrokken vanuit haar functie als senior commercieel attachée](#). Vanuit het London Design Fair team wordt inzet geleverd op verkoop (van expositieruimte) en aantrekken van sponsors door Francesco Dell'Anna en Catherine Bramley als sales executives. Daarnaast is David Hodge verantwoordelijk voor marketing en Fancesca Moutafis voor persrelaties. Het team van vaste medewerkers wordt hiermee bescheiden gehouden en waar nodig aangevuld met externe expertise. Zo wordt er [voor de marketing al lange tijd succesvol samengewerkt met Zetteler](#).

### 4 ANALYSE VAN MOGELIJKE RISICO'S

London Design Fair heeft inmiddels ruim tien jaar ervaring met de organisatie van de beurs waarvan Dutch Stuff onderdeel uitmaakt. Hiermee heeft London Design Fair zich weten te ontwikkelen tot [een stabiele partij die weet wat er komt kijken bij het organiseren van high-profile design evenementen](#). Desalniettemin is er voor Dutch Stuff een aantal risico's te benoemen en daar wordt in de navolgende paragrafen nader op ingegaan.



#### 4.1 DEELNEMERS

De deelnemers aan Dutch Stuff wordt een podium geboden tijdens de London Design Fair en dat vertegenwoordigd een belangrijke waarde voor de deelnemers (designers en bedrijven). Aan de andere kant, kan Dutch Stuff ook niet bestaan zonder de deelnemers die samen zorgen voor de kwalitatief hoogwaardige invulling van het paviljoen. Deze wederzijdse spanning en afhankelijkheid is niet zozeer een risico, maar dient wel **zorgvuldig in balans** gehouden worden met oog voor de belangen van partijen aan beide zijden van het spectrum. Zeker nu er ook voor de dekking van de kosten een (bescheiden) beroep wordt gedaan op de deelnemers komt er druk op deze balans.

#### 4.2 PERSONEEL

Het team dat werkt aan Dutch Stuff is bijzonder ervaren, maar tegelijkertijd bescheiden van omvang. Dit houdt in dat ingeval van afwezigheid van een medewerker, en met name ingeval van langdurige, onverwachte afwezigheid, het project kwetsbaar is. In het geval van een kortdurende uitval van een medewerker kan er vanuit de personele capaciteit van London Design Fair een ander personeelslid worden ingezet om in te springen. Bij langdurige afwezigheid van een medewerker zal er echter moeten worden gekeken naar een meer permanente vervanger die extern geworven moet worden.

#### 4.3 FINANCIEEL

De dekking voor Dutch Stuff is afkomstig uit een aantal subsidieregelingen, die in de komende twee jaar fors zullen worden teruggebracht. Dit betekent dat de opbrengsten vanuit deelnemers en sponsors zullen moeten toenemen **zonder dat de kosten voor het event (of voor fondswerving) mogen oplopen**. Daarbij dient er rekening te worden gehouden met een eventueel tegenvallend aantal deelnemers op het moment dat er een grotere eigen bijdrage voor deelname wordt gevraagd, of met een situatie dat de verwachte sponsors niet worden gevonden. In het geval dat deze situatie zich voordoet, **zal London Design Fair een vangnet vormen en een hogere eigen bijdrage leveren**, daarbij wel afwegend of voor volgende edities wellicht ook aan de kostenbegroting omlaag moet worden bijgesteld.

### 5 VERVOLG NA HET BRABANT C PROJECT DUTCH STUFF

Het Brabant C project Dutch Stuff is erop gericht om van het Dutch Stuff paviljoen tijdens de London Design Fair **een zelfstandig, selfsupporting, jaarlijks terugkerend, artistiek waardevol, podium voor Dutch Design** te maken. Na een succesvolle afronding van dit project, staat er een evenement dat door deelnemers zodanig wordt gewaardeerd, dat zij bereid zijn om hier tegen een bijdrage te exposeren. Daarnaast zijn er dan twee sponsors gevonden die zich zodanig met het evenement identificeren dat zij zich aan Dutch Stuff willen verbinden en een substantiële sponsorbijdrage willen leveren. **Hiermee krijgt het Nederlandse (en Brabantse) design ecosysteem een duurzame versterking.**