

# Archi tec tuur NL

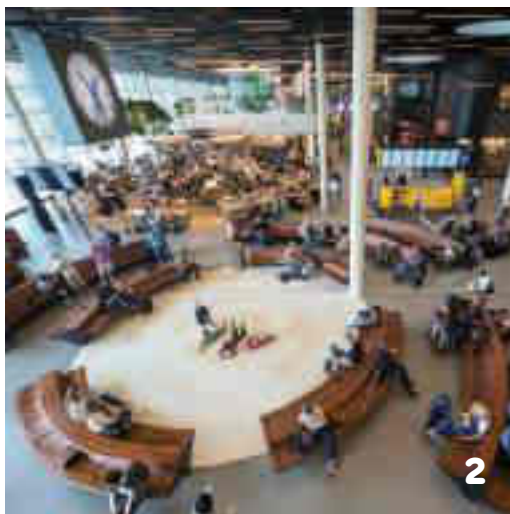
WATERPLEINEN + EDWARD  
VAN VLIET + CHV-TERREIN  
VEGHEL + THUIS BIJ JEANNE  
DEKKERS + KRANEN/GILLE +  
BOUDEWIEN VAN DEN BERG +  
RITSWAND + LOUNGE 2  
SCHIPHOL + PATCH 22 +  
CAROLINE BIJVOET + ARNA  
MACKIC & LORRIEN BEIJAERT  
+ MUSEUM VOORLINDEN

A large, modern airport lounge with a prominent clock and people sitting on benches. The lounge features a high ceiling with a grid of lights, large windows overlooking the airport tarmac, and a central clock with a blurred figure of a person. People are sitting on wooden benches, some looking at their phones, and others are standing and talking. The overall atmosphere is bright and open.

# Social lounge met een smile

## Totaalbeleving in Lounge 2 Schiphol

Ontwerp een nieuw type verblijfsruimte die uitnodigt tot ontmoeting en interactie – dat was de overzichtelijke opdracht aan het Amsterdamse ontwerpbureau Kossmann.dejong voor de herinrichting van Lounge 2 op luchthaven Schiphol. 'De letterlijke omschrijving was een *social lounge* met een *smile*', aldus Herman Kossmann.



Een basis waarmee Kossmann.dejong moest opereren was het masterplan voor Lounge 2 van Benthem Crouwel NACO, de huisarchitecten van Schiphol. Kossmann: 'Daarin is vastgelegd hoeveel horecapunten en winkels er moeten komen, en waar. Dan is het fijn als de opdracht verder niet te nauw is omschreven.' Het eerste plan om vloer en plafond uit te voeren in duurzaam bamboehout ging resoluut van tafel – 'te radicaal voor Schiphol'. Ook een pril plan om de lounge in te richten met uitsluitend eyecatchers uit het Dutch design bleek 'te kwetsbaar'. Kossmann: 'Er zijn zoveel zaken waarmee je rekening moet houden in het ontwerp van een openbare ruimte met 40 duizend bezoekers per dag, zoals veiligheid, onderhoudseisen, overzichtelijkheid en goede doorstroming. Om de regie te kunnen houden hebben we gewerkt aan een *gesammtontwerp* waarin vaste maar ook veel losse elementen van een luchthaven op elkaar zijn afgestemd. Denk aan signing, retail, horeca, zitgebieden, maar ook beplanting, folderbakken en verlichting.'

### Verbindende elementen

De verbindende elementen in dit 'geïntegreerde ontwerp' die voor een rustige uitstraling zorgen zijn een donkergrijze vloer met afwijkend grote keramische tegels en het doorlopende plafond. Om een gevoel van ruimte op te roepen is het bestaande systeemplafond weggehaald, het plafond met

leidingen en al zwart gespoten en een structuur van langgerekte houten latten en duurzame ledstrips eronder opgehangen. Lounge 2 bestaat uit twee verdiepingen; reizigers komen na de douane binnen op de eerste verdieping. 'Door de ledlijnen in de kijkrichting te plaatsen word je meteen de ruimte ingezogen.'



### Real Time klok

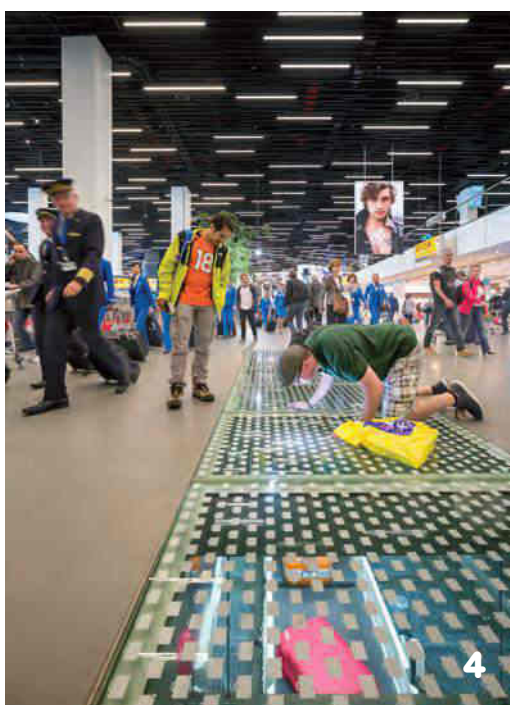
Naast rust moest er ook afwisseling zijn om de reizigers tijdens het lange wachten te vermaken. 'De gemiddelde verblijftijd in deze intercontinentale lounge is soms meer dan twee uur. Bezoekers moeten kunnen rondzwerven en telkens iets nieuws ontdekken.' De centrale blikvanger is de drie meter grote klok van ontwerper Maarten Baas. Deze 'Real Time' klok bestaat uit een

levensgrote videoperformance van een mannetje die 24 uur lang bezig is om de wijzers van de klok weg te vegen en telkens opnieuw te schilderen. 'Het zou mooi zijn als mensen straks zeggen: Lounge 2... dat is toch die plek met de klok?' Subtiel ontwerpelement verderop in de lounge is een glazen paneel in de vloer dat uitzicht biedt op de ondergelegen bagageband. 'Zo versterk je het bijzondere gevoel van op reis te zijn.' Een specifieke attractie is een speelvliegtuig voor kinderen, met glijbaan en wolken waar je doorheen kunt klimmen. 'Al deze elementen zorgen voor verrassing en lokken tussen reizigers een gesprek uit.'

### Zeven werelden

De lounge is ingedeeld in zeven werelden met een eigen identiteit: *Luxury, Family, Travel & Culture, Modern Dutch, See Buy Fly, Fashion & Lifestyle* en *Care & Wellness*. De herkenbaarheid van deze werelden is aangebracht met afwijkende plafonds, vloeren, wanden en meubilair. 'Het zijn details maar onbewust nodigen ze uit tot het maken van een reis door de lounge', verduidelijkt Kossmann met een zin die letterlijk in de pitch zou kunnen staan.

In *Care & Wellness* zijn de afzonderlijke winkels met elkaar verbonden door één lange glazen gevel waarin echte bladeren van geneeskrachtige planten zijn verwerkt. Bij *Travel & Culture* – met onder meer een reisboekhandel, de wifi-zone en een café met posters uit het depot van het Stedelijk



1. De centrale ontmoetingsplek met de klok van Maarten Baas. 2. De kring van banken moet contact tussen reizigers bevorderen. Het midden van de kring heeft een afwijkende tegelvloer. 3. Eerste blik in Lounge 2 vanaf de incheckbalies, de lijnen in het plafond trekken je meteen de ruimte in. 4. Een glazen paneel in de vloer biedt uitzicht op de ondergelegen bagageband.



- 1 entrance
- 2 central waiting area
- 3 information point
- 4 mobile baggage conveyor system

5



- 1 entrance
- 2 solar area
- 3 food court
- 4 shop Maarten Baas
- 5 information point Maart

6

Museum – bestaat het plafond uit lichtbakken met 3-letterige afkortingen van internationale luchthavens. De bamboehouten vloer en de zitbanken in *Travel & Culture* zorgen voor een vriendelijke, bijna huiselijke uitstraling. *Luxury* heeft juist een marmerachtige vloer en comfortabele banken van zacht kunstleer die licht naar elkaar toe knikken en zo mensen subtiel met elkaar verbinden. Het plafond bestaat hier uit sierlijke lamellen in een golvend patroon. ‘De verschillende reizigers zullen zich als vanzelf tot een bepaalde wereld aangetrokken voelen en zo intuïtief hun weg vinden.’

### Museale ontwerpers

Een vliegveld is nooit af, zeker Schiphol niet. Bovendien is de concurrentie tussen luchthavens moordend. Elke extra cent die kan worden verdiend telt. Daarom moet een zorgvuldige afweging worden gemaakt tussen efficiënte logistiek en goed geëquipeerde retail- en hospitalityzones – een luchthaven terminal is ook een geldmachine. Over bewezen expertise in architectuur op het snijvlak van commercie en infrastructuur beschikt Kossmann.dejong niet. De naamgevers Herman Kossmann en Mark de Jong studeerden weliswaar beiden architectuur aan de TU Delft. Maar al snel specialiseerde het Amsterdamse bureau zich in het ontwerpen van interieurs en tentoonstellingspresentaties in de culturele sector. Wapenfeiten van Kossmann.dejong zijn onder meer de permanente museale inrichting van het nieuwe Nationaal Militair Museum (een gebouw van Dick van Wageningen & Felix Claus) en de tentoonstelling *Wonen in de Amsterdamse School*, dit jaar te zien in het Stedelijk Museum in Amsterdam.

### Storytelling

Toch werd Kossmann.dejong gevraagd voor de besloten pitch waarvoor hooguit ‘een stuk of vijf’ bureaus waren uitgenodigd door hoofdarchitect Benthem Crouwel en Schiphol. ‘Ze wilden juist geen ontwerpbureau dat alleen maar nadenkt over vorm en welke meubels in het interieur zouden passen. Wat aansprak is onze aanpak van *storytelling*. Wij ontwerpen geen ruimte maar een verhaal, een totaalbeleving eigenlijk. Alles is met elkaar verbonden – het licht, het uitzicht, de wanden, het meubilair, het materiaal.’ Voor Kossmann past deze opdracht dan ook naadloos in het portfolio. ‘Onze tentoonstellingen zien we vooral als een plek van tijdelijke ontmoetingen. Een Schiphol-lounge is daar het summum van.’ Tegelijkertijd is het een plek waar harde materialen als staal en glas domineren. ‘Wij hebben een menselijke maat aan de ruimte willen toevoegen.’ Op een dynamische plek waar het een voortdurend komen en gaan is van nieuwe mensen, kan *storytelling* daarbij een bindende factor zijn. ‘We hebben een logica aan deze plek gegeven door er een inhoudelijke laag onder te leggen, bijvoorbeeld door de plantenkas in de *Family*-wereld die zicht biedt op de ondergelegen bloemenwinkel in de *Modern Dutch*-wereld. Of met een doorkijk op de bagageband, zodat je bijna terloops eraan wordt herinnerd waar je bent. Op Schiphol moet je inchecken en boarden, je moet de tijd in de gaten houden en ook nog eens van alles kopen, zo word je voorgehouden. Hoe fijn is het dan als daar een plek is waar je niets hoeft en je je kunt laten meevoeren.’ Volgens Kossmann zouden ook andere openbare plekken als bibliotheken, bejaardencentra en ziekenhuizen gebaat zijn bij deze aanpak. ‘Dat zijn vaak saaie ruimtes zonder samenhang.’

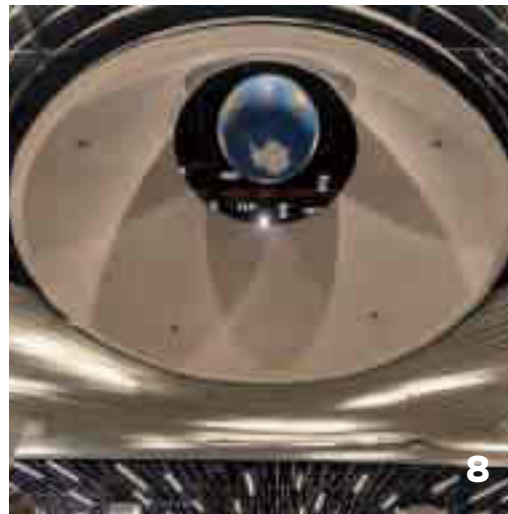
### Cross-overs

Het past bij het tijdsbeeld, een ‘museaal’ ontwerpbureau dat een luchthavenlounge onder handen neemt. Zo tekende meubelontwerper Maarten Baas de gevels van een wooncomplex in Eindhoven; collega-ontwerper Piet Hein Eek bedacht het innovatieve kantoorgebouw Het Dak in Amsterdam. Omgekeerd ontwerpt Foster + Partners een vliegtuiginterieur en leveren bureaus UNStudio en Zaha Hadid Architects een constante stroom aan meubels af. Een positieve ontwikkeling, meent Kossmann: ‘Een ontwerper met een andere achtergrond heeft vaak net een andere kijk dan een specialist. Dat kan heel verfrissend zijn.’ Daarbij wordt er steeds vaker gewerkt in teams van wisselende samenstelling. ‘Op Schiphol hebben we gewerkt met productontwerpers, kunstenaars, architecten en ingenieurs. Een goed ontwerp is een kwestie van regisseurschap.’

5. Niveau 1 met de werelden *Modern Dutch*, *See Buy Fly*, *Fashion & Lifestyle* en *Luxury*. 6. Niveau 2 met *Care & Wellness*, *Family*, *Travel & Culture*. 7. De wereld *Travel & Culture* met banken en vloer in bamboehout en afkortingen van luchthavens op het plafond. 8. Plafond *Luxury World*. De verlichtingsarmaturen zijn niet gekocht, Schiphol neemt voor tien jaar een vaste hoeveelheid ‘lumen’ af van leverancier Philips, die eigenaar blijft van de lampen. Dat betekent dat Philips ook verantwoordelijk is voor onderhoud en eventueel vervanging. 9. *Luxury World*. De inrichting van de meeste winkels en de horeca is niet van Kossmann.dejong. ‘Door middel van een beeldkwaliteitsplan hebben alle andere ontwerpers



7



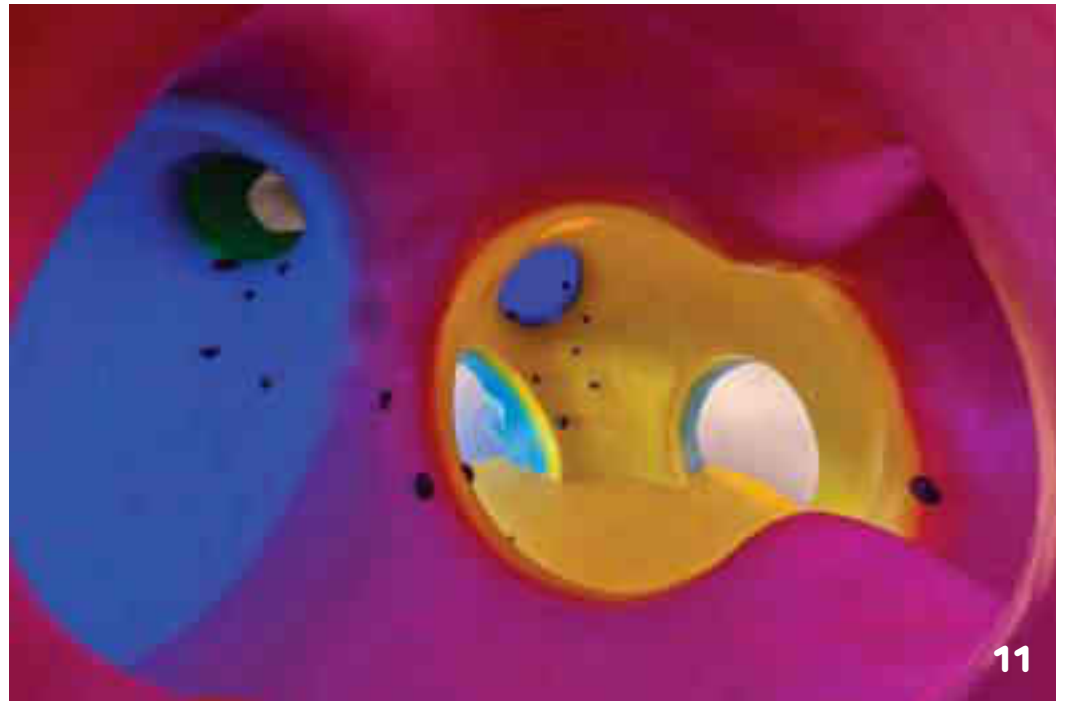
8



9



10



11



12

een leidraad gekregen waarbinnen ze moesten werken. Zo hebben we kunnen bewerkstelligen dat zichtassen bewaakt werden en dat de winkels voor de voorbijlopende reizigers ogen als een kijkdoos. Om deze openheid te bevorderen is een maximale hoogte van kasten en vitrines bedongen.' 10. Zicht vanaf Modern Dutch naar Family-wereld. 11. Een attractie voor kinderen in Family-wereld een van binnen roze wolk. 12. Kenmerkend voor de door Kossmann, de jong toegepaste storytelling is authenticiteit. Daarom is in de Family-wereld een echt vliegtuig omgebouwd tot speeltoestel. Ook de bomen langs de raampartij zijn echt en bovendien geworteld in de vloer en niet in een bak.