

Stijlvolle interieurconcepten als visitekaartje bij uitstek

In 1999 richtte interieurarchitect Jan Baelus zijn eigen eenmansbedrijf op, als uitlaatklep voor zijn tomeloze creativiteit. Bijna 25 jaar later is Planet Interior uitgegroeid tot een bureau met een 28-tal medewerkers en diverse kennisdomeinen, die gepaard gaan met een specifieke projectbenadering. "Van het inrichten van commerciële gebouwen en kantoorcomplexen over de ontwikkeling van retailconcepten of het uitbreiden van een bestaande conceptstructuur tot corporate identities, value management/engineering en integraal procesbeheer; we gaan geen uitdaging uit de weg!"

Tekst Tim Janssens | Beeld Planet Interior

"Hoe de bal destijds aan het rollen ging? Door een retaildesign & security-ervaring op te doen bij KBC (de toenmalige Kredietbank) tijdens de ontwikkeling van hun adviesconcept. Zo kreeg ik de smaak te pakken en ontstond het idee om onafhankelijke diensten aan te bieden, eerst als eenmanszaak en nadien als bvba", schetst Jan Baelus de beginnend van Planet Interior. "Ik ben er alleen aan begonnen, maar beseftte al snel dat de uitwerking van volledige interieur- en retailconcepten heel wat voeten in de aarde heeft en dat ik niet alles zelf zou kunnen doen. Vandaar dat ik op korte

termijn medewerkers ben beginnen aanwerven en samenwerkingen heb opgestart. Vandaag zijn we met een 28-tal mensen, van technische tekenaars over BIM-modelleers en -coördinatoren tot grafisch ontwerpers, interieurarchitecten en productdesigners, aangevuld met specialisten op het vlak van point cloud scanning, werfcoördinatie, IT en hr."

Van ontwerp tot projectbeheer

Het activiteitsaanbod van Planet Interior is al even veelzijdig als de expertise van Jan Baelus en zijn medewerkers. Toch is er sprake van een rode

draad in alle projecten die de multidisciplinaire onderneming realiseert. "Elke opdracht wordt zo ruim mogelijk opgevat en benaderd vanuit verschillende disciplines. We starten altijd met een ontwerpopening, die we vertalen naar 3D-visualisaties en virtuele omgevingen. Deze vormen - na bijsturing en validatie - de basis van het uiteindelijke interieurconcept. Nadien implementeren we de eisen van alle stakeholders (ergonomie, veiligheid, CSR, budget, timing ...), om het geheel vervolgens te standaardiseren. Dit laatste doen we door het interieurconcept op te delen in verschillende mo-

De indrukwekkende referentielijst omvat zowel individuele projecten als algemene roll-outs.



Jan Baelus: "We werken graag voor klanten die zich ervan bewust zijn dat innovatief interieurdesign een ideaal middel is om hun (merk)identiteit uit te dragen."

dules, die we afzonderlijk aanbesteden. Om de onderlinge communicatie tussen de aannemers te stroomlijnen en onze klant goed op de hoogte te kunnen houden (onder meer met betrekking tot cruciale parameters zoals budget en timing) groeperen we alle design- en locatiedata op ons online beheerplatform Fookuz, inclusief de nodige lees- en bewerkrechten. Hierdoor heeft iedereen altijd toegang tot de recentste updates. Deze tool is organisch ontstaan, maar is intussen een business line op zichzelf geworden, met name voor het beheer van ontwerprichtlijnen, normboeken, standaardisatie en technische bibliotheken", legt Jan Baelus uit.

Specifiek projectmanagement

Gestandaardiseerd werken is een van de stokpaardjes van Planet Interior. De complexe spreidstand met design/esthetiek is iets waar nadrukkelijk op wordt toegezien, geeft Jan Baelus aan. "Sterke interieurconcepten en goede corporate identities zijn voor mij een 360°-verhaal. Alles begint met een design op maat van de klant en het specifieke segment waarin hij actief is. Het spreekt

"Sterke interieurconcepten en goede corporate identities zijn een 360°-verhaal"

voor zich dat een private banking-concept een andere benadering vergt dan een prefab cashkiosk. Daarnaast moet de vormtaal overal coherent zijn, zowel in bebouwde als digitale omgevingen. De fysieke ervaring moet maximaal aansluiten bij de look-and-feel van de virtuele platformen. Dat noemen we het 'bricks en clicks-verhaal'. Een van onze belangrijkste troeven is dat we de vragen van onze klanten stevast weten te vertalen naar een innovatief traject, met onze Kempische no-nonsense mentaliteit, onze specifieke vorm van projectmanagement en een totaalaanpak als leidraden. Via een eerste studie en een digitaal ontwerp komen we tot een doorgedreven planning van het bouwproces en verzorgen we tevens de service na

oplevering. Ook onze prijszetting is al vaak een pluspunt gebleken."

(Merk)identiteit uitdragen

Dat Planet Interior door de jaren heen een uitstekende reputatie heeft opgebouwd, blijkt uit de indrukwekkende referentielijst. Deze omvat zowel individuele projecten als algemene roll-outs. "We richten geregeld commerciële gebouwen en kantoorcomplexen in. Daarnaast hebben we heel wat vaste klanten, waarvoor we al jaren actief zijn. Zeker in de bank- en verzekeringswereld is Planet Interior een begrip. Zo werken we al vanaf het prille begin van ons bestaan voor BNP Paribas Fortis, de toenmalige Generale Bank. ▶



‘stan·daar·di·se·ren’
(standaardiseerde, heeft gestandaardiseerd)
In overeenstemming brengen met een standaard



Tot op heden ontwikkelde en/of industrialiseerde Planet Interior alle private en serviceconcepten van BNP Paribas Fortis, wat door de jaren heen resulteerde in een paar honderd realisaties.

Tot op heden hebben we voor hen alle private en serviceconcepten ontwikkeld en/of geïndustrialiseerd, wat door de jaren heen resulteerde in

een paar honderd realisaties. Qua design steekt vooral het Be.Connected-concept erboven uit, een serviceconcept op AAA-locaties in België dat gericht was op het versneld introduceren van de digitale kennis en tools van de bank. Onze meest recente ontwerpbeurt is het Private Bank Concept van BNP Paribas Fortis – ook een pareltje, al zeg ik het zelf. Een andere topreferentie is de nationale roll-out voor Crelan, nota bene dubbel zo snel als initieel voorzien en voor een derde van het vooropgestelde budget. En voor Delhaize hebben we het volledige conceptboek gestandaardiseerd en gevisualiseerd met behulp van onze Fookuz-tool. We werken hoe dan ook graag voor klanten die zich ervan bewust zijn dat innovatief interieurdesign een ideaal middel is om hun (merk)identiteit uit te dragen.”

Boeiende jaren voor de boeg

Een belangrijk huidig project van Planet Interior is de roll-out van Batopin, een bankneutraal netwerk van geldautomaten. “Dit is zowat de symbiose van alles wat we in het verleden gedaan hebben”, zegt Jan Baelus. “Samen met een aantal performante strategische partners hebben we eerst de corporate identity en het bijbehorende

design op punt gesteld. Vervolgens hebben we een nationale prijsvraag georganiseerd, wat uitmondde in raamcontracten met vele tientallen aannemers voor de verschillende loten. Intussen leidt een geoliede machine het vergunningstraject en het volledige proces erond in goede banen. Bij de klant noemen ze ons ‘de tekenfabriek’, een bijnaam waar ik bijzonder trots op ben! Resultaat van dit alles is dat er vandaag al circa 380 locaties geopend zijn en voor de komende twee jaar zitten er nog zeshonderd extra locaties in de pijplijn. Zo’n roll-out is voorlopig ongezien in ons land. Bovendien zijn we onlangs gecontacteerd door een nieuwe partner om hem op strategisch en uitvoerend vlak bij te staan bij zijn rebranding, waarbij we maar liefst 750 sites onder handen zullen nemen. Kortom: de toekomst oogt mooi en we willen blijven innoveren. We zijn een denkoefening gestart om de ecologische renovatie van woningen met de beruchte E- en F-scores te standaardiseren, zodat we het budget en timing onder controle kunnen houden. Ook op onze scanservice, waarbij we bestaande toestanden uitzetten zonder enige foutmarge, blijven we volop inzetten. Planet Interior gaat met andere woorden boeiende jaren tegemoet!” ■



Een belangrijk huidig project van Planet Interior is de roll-out van Batopin, een bankneutraal netwerk van geldautomaten.