

tekst **Peter van Woensel Kooy** | fotografie **Zuiverbeeld**

'WIJ GELOVEN IN DE KRACHT VAN HET VERSCHIL'

'Ik durf wel te zeggen dat we weer vooruitlopen op de markt', zegt Koen de Groot, 'vooral met de integratie van Digital in Branding hebben we een enorme slag gemaakt.' Bijpraten met Total Design waar de zaken floreren en de lat hoger ligt dan ooit.

We hebben bijna alles aan boord', vertelt Koen de Groot over het bureau met legendarische status, waar hij sinds 2019 als CEO aan het roer staat. Dat je hier als opdrachtgever op een uiterst breed vlak terecht kunt, een totaalpakket zoals de naam al zegt, blijkt niet de enige bijzonderheid van Total Design. De legacy van het bureau - 'een manier van denken' - wordt volgens De Groot tot en met de dag van vandaag geleefd en impliceert dat klanten hier nooit naar de mond worden gepraat of braafjes van briefing richting oplevering en factuurtje worden geleid. Het gaat erom om - in dialoog - het merk in kwestie écht samen naar een hoger plan te tillen.

'Wij geloven in de kracht van het verschil. Verschillende mensen die samenwerken aan een gedeeld doel. Wanneer mensen uit meerdere disciplines, met een andere manier van denken, samenkomen om problemen te benaderen en oplossingen te vinden, dan resulteert dat in betere oplossingen. Dat was de gedachte in 1963 en dat is nog steeds zo. Eigenzinnig, gelijkwaardig en onafhankelijk.'

Total Design is bekend geworden met de bewegwijzering van Schiphol, de affiches voor het Amsterdamse Stedelijk Museum, de cijferpostzegels van PTT Post, het telefoonboek en de logo's en huisstijlen van Ahrend, Thalys en Randstad. Inmiddels is de lijst aangevuld met merken als Nationale Nederlanden, Royal FloraHolland en het Van Gogh Museum en daar komen nu Dirk, Radboud Universiteit, DPG en ING bij. 'Maar we zijn niet alleen trots op de gróte merken waar we voor werken. We zijn net zo trots op wat we op dit moment doen

voor Bellingcat, de Hermitage en Stichting Lezen en Schrijven. En het leukste is, het werk wordt steeds breder!'

Zeven disciplines

'Het moet kloppen en het moet werken bij Total Design. Dat is de essentie', zegt De Groot in het vergader-aquarium op kantoor. Daar omheen zitten onderling op veilige afstand de (normaal) 60 medewerkers in een enorme open ruimte met uitzicht over het IJ. 'Zorgen dat alles bij elkaar optelt, borgen we door per project "dedicated teams" samen te stellen, waarbij we kunnen putten uit zeven disciplines. Zo willen we vooruitstrevende merken helpen om zich verder te ontwikkelen en te groeien.



De disciplines zijn:

1. Branding;
2. Designmanagement;
3. Contentmarketing;
4. Campaigning;
5. Smart builds;
6. TD Lab;
7. Digital impact.'

Wat is volgens jou de kracht van het werken in zulke verschillende, op maat samengestelde gespecialiseerde teams?

'De zeven teams zijn elk top in hun markt, hebben hun eigen klanten en een eigen winst en verliesverantwoordelijkheid. Hier zie je het idee van Total Design in werking. Er is geen team dominant en er is gezonde motivatie om commercieel en inhoudelijk óók ten opzichte van elkaar succesvol te zijn. Dat zorgt voor ondernemerschap en slagkracht, maar is ook juist voor deze tijd een uitkomst. We kunnen de vraag van de klant vanuit verschillende perspectieven bekijken en de krachten bundelen voor extra impact. Een recent voorbeeld is het werk voor Radboud. Zij hadden een branding-vraag maar ook een campagne- en een digitale vraag. Wij hebben de verschillende teams van Radboud gespiegeld naar een op maat gemaakt team binnen Total Design. Dat doen we nu ook voor ING: het team om de klant heen gebouwd. Dat werkt perfect en we groeien met ING mee.'

Total Design is dus geen designbureau meer in de traditionele betekenis van het woord: vormgeving?

'Klopt. Het gaat nu meer om het designdenken achter branding, communicatie en technologie. Dat is wat de verschillende teams met elkaar verbindt en het geheel maakt tot wat het is. De afgelopen twee jaar is er gereorganiseerd en er is nu een mooie balans tussen ervaren en jonge mensen. De combinatie van vlieguren en bravoure. We merken dat het succes hiervan inmiddels ook begint rond te zingen. Dat is fantastisch. We willen een "sweet spot for talent" zijn.

Je noemt daarnet 'deze tijd'. Heeft de pandemie impact op Total Design?

'In maart 2020 was het even pas op de plaats. Maar qua resultaten doen we het juist hartstikke goed. Vorig jaar hadden we al een goed jaar, maar dit jaar gaan we daar nog eens ruim overheen. We groeien ook. Het afgelopen half jaar hebben we twaalf mensen aangenomen. Achteraf gezien hebben we gelukkig niet alleen bedrijfsmatig en commercieel goede keuzes gemaakt, maar blijken deze keuzes ook inhoudelijk goed aan te sluiten bij de tijdsgeest. De verschillende

Over Total Design

Total Design werkt voor klanten als Radboud Ziekenhuis, ING, DPG Media, APG, Sky Radio, Nationale Nederlanden, Océ, GustoMSC, Dynniq, GrowWork, ABU, gemeenten Utrecht, Gemeente Rotterdam, Gemeente Amsterdam, Ministeries, TU Eindhoven, de VU, Tergooi Ziekenhuis, NPO, Dirk van den Broek, Hartstichting en Sanquin. Meer info over Total Design via totaldesign.com. Ook leuk om te zien is deze docu over de geschiedenis van het designbureau: 2doc.nl/documentaires/series/2doc/2019/oktober/wimcrouwel-modernist.html en voor koffie met Koen mail koen@totaldesign.com.

HET BELANGRIJKSTE IS DAT UITEINDELIJK ALLES BIJ ELKAAR OPTELT

disciplines die we in huis hebben zijn vanuit branding en marketing allemaal even relevant en het is voor merken belangrijker dan ooit dat alles bij elkaar optelt.'

Helder. Je hebt zelf een brede bureau-ervaring. Hoe kwam je hier sinds mei 2019 aan boord?

'Ik heb een digital en een advertisingverleden. Voelde me altijd senang tussen die twee, eerst bij TBWA\ Interaction Company, later bij DDB-onderdeel Red Urban en daarna managing director bij Selmore. Vervolgens belandde ik bij Altavia Sumis en onderdeel FEL waar het vooral ging om social media-inzet, activatie en print management. Net toen ik een sabbatical overwoog bleek ik via een headhunter op de shortlist te staan als nieuwe MD van Total Design. "Wow, dit is magisch", was mijn eerste reactie. Ben me als een gek in de huidige status van Total Design gaan verdiepen, in de legacy... want die kan ook iets vormen waar je tegenop moet werken. De waarden van dit bureau bleken nog overeind te staan. Die unieke combinatie van creativiteit en functionalisme: "designprecisie en directheid, transparantie en helderheid, logica en vanzelfsprekendheid", dixit de Volkskrant in 1997. Dit past goed bij mij. Ik heb niet voor niets bij veel verschillende bureaus gewerkt en dat helpt me nu enorm.

Hoe manage je het creatieve proces bij Total Design?

'Klanten komen voor wat Total Design is. Mijn taak is te sturen op samenwerking en synergie. We hebben een bureau met veel verschillende specialismen. Als geen van die specialismen dominant is, betekent het dat ze er met elkaar uit moeten komen. Daar komt vaak genoeg vuurwerk bij kijken, want iedereen heeft natuurlijk de neiging om te vechten voor zijn of haar idee. Dat is goed. Vervolgens zie ik het als mijn belangrijkste verantwoordelijkheid om de juiste omstandigheden te creëren zodat al deze dynamiek leidt tot goede energie en topresultaten. Of het nu gaat om branding, communicatie of technology of de combinatie ervan. Als het werkelijk optelt en over alle touchpoints klopt, dan kunnen we spreken over typisch werk van Total Design. Ik denk dat we met onze heritage, onze filosofie én de organisatievorm, iets heel bijzonders in handen hebben. En last but not least, we zijn onafhankelijk. Dat is ontzettend lekker en geeft ons de ruimte om ons naar eigen inzicht door te ontwikkelen. Ik hoop dat je nu begrijpt waarom wij Total Design niet zien als bureaunaam, maar als werkwoord.'

Lees verder online op marketingtribune.nl
(plaatsingsdatum 13/10/'20, zoekterm: 'TD')