

RENÉ HOFSTEDE

‘Het vak koos mij’

TEKST | ALICE SAUNDERS

FOTO'S | RENÉ CLEMENT (NEW YORK)

Hollandse New Yorker René Hofstede kwam puur bij toeval in de bloemen terecht: het vak koos hem en niet andersom. Al reizend kwam hij eind jaren 80 in New York terecht en startte daar een bedrijf in de logistiek. Bloemen waren daarin eerst bijzaak, maar dat veranderde al snel. Inmiddels heeft hij midden in Manhattan een succesvolle floral design studio: Mille Fiori.

De midden in het Westland geboren en getogen zoon van een Wateringse tuinder kwam puur bij toeval in het bloemenvak terecht. René Hofstede: ‘Ik leerde het tuinbouwwak in de praktijk, maar ook op de Middelbare Tuinbouw School in De Lier. Ik heb daarna ook nog op de Hogere Tuinbouw School en Universiteit van Amsterdam door-

geleerd. Maar ik wilde ook graag reizen en uiteindelijk kwam ik in New York terecht, waar ik een bedrijf in de logistiek startte.’

Al vrij snel had hij daar een schitterende klantenlijst. ‘Giorgio Armani was een van mijn klanten, maar ook Dolce & Gabbana en Calvin Klein. Als bedankje stuurde ik

soms wel eens een boeketje naar mijn klanten. Ik draaide dat zelf in elkaar om het goedkoop te houden. Bij Armani wilden ze direct weten waar ik die bloemen bestelde en of mijn bloemist beschikbaar was om de bloemen voor meneer Armani’s kantoor te doen wanneer hij langs kwam. En zo is het gekomen. Vier jaar geleden heb ik mijn logistiek bedrijf verkocht en nu zit ik al zo’n veertien jaar in de bloemen.’

Bloemenstudio

Zijn bloemenbedrijf is geen winkel in de gebruikelijke Hollandse zin van het woord. ‘Mille Fiori is een studio in het bloemen-district in Manhattan’, vertelt Hofstede. ‘Mensen kunnen hier telefonisch of via internet hun bloemen bestellen of een afspraak maken als ze een heel “event”







willen laten doen. Ik noem het een “winkel without the headache”.’

‘Voor de events wordt alles zoveel mogelijk voorbereid en in de studio in elkaar gezet, zodat we op locatie zo min mogelijk tijd kwijt zijn. Ik doe zelf de creatieve kant, bepaal het budget en overzie de logistiek, de productie geef ik uit handen aan mijn staf van bloemisten, mensen van wie ik weet dat ze alles uitvoeren zoals ik het wil en die ik vertrouw.’

Versace

Mille Fiori levert bloemwerk voor feesten, maar bijvoorbeeld ook voor officiële gelegenheden, zoals onlangs voor een ontvangst bij de Nederlandse ambassadeur. Bovendien werkt René Hofstede geregeld voor allerlei Amerikaanse beroemdheden,

zoals talkshowvedette Oprah Winfrey of modeontwerpster Donatella Versace, en voor de tv-show Saturday Night Live.

Hofstede laat zich in zijn werk door van alles inspireren. ‘Door het seizoen, de ruimte waar een event plaatsvindt, de reden van de opdracht en de inspiratie die ik krijg van de klant. Op die manier is iedere opdracht weer geheel anders. Ook kunst, vooral moderne kunst, stimuleert me erg. En niet in de laatste plaats de mensen om me heen, zoals Thijs Willem, mijn zoon van één, en mijn vrouw Sona.’

Aanpakken

‘Het is ook heel belangrijk voor mij dat ik een goed geolied team om me heen heb’, vervolgt de bloemendesigner. ‘Ik ben best een aardige vent, maar als er gewerkt

moet worden, dan pakt iedereen aan, wie hij of zij ook is. Designers die zich te goed voelen om zelf een emmertje water te halen kan ik niet uitstaan.’

Proportie

‘Architectuur is ook belangrijk voor me. Ik ben gevoelig voor de proportie van een ruimte. En dan zijn er die momenten waarop ik besef dat ik erg graag doe wat ik doe. Als ik ’s avonds laat in Washington DC in de garage van de Nederlandse ambassadeur een workshop aan het opzetten ben met mijn collega’s, als voorbereiding voor een lange week van feesten en partijen, en hij komt zichzelf en zijn vrouw voorstellen bij voornaam – dat zijn van die momenten dat ik opeens heel gelukkig ben. Dat is leuk werken.’

Bloemen zijn binnen het designwerk het belangrijkste voor René Hofstede. 'Wat je ook doet, de bloemen vormen voor mij altijd het hoogtepunt. Daarom vind ik dat je het niet te ingewikkeld moet maken, het ontwerp moet tijdloos en puur zijn. Ik ben geen voorstander van S&M met bloemen.'

Favoriete materialen? Hofstede heeft er veel. 'Alles wat de zintuigen positief beïnvloedt heeft mijn voorkeur, al zijn sommige dingen natuurlijk mooier dan andere. De pioenroos is in elk geval een van mijn favorieten. Verder houd ik ook van "fiddle heads", oftewel krulvarens, staaigras, Cornus en dergelijke.'

Hoewel er zeker ook overeenkomsten zijn tussen Nederland en de VS, ziet René Hofstede ook duidelijk de grote verschillen. 'Een kenmerkend verschil zit hem in de behandeling van de bloemen. Als je naar de bloemengroothandels in New York City gaat, dan zie je bloemen die droog in rekken liggen en dat soms dagen achtereen! En deze zogenaamde groothandels verkopen ook nog eens direct aan het publiek. Verder zijn bloemen hier erg duur vergeleken met Nederland, dus je klant is een compleet andere consument en maakt deel uit van een veel kleinere groep.'

Daar komt nog bij dat in de VS geen bloemistenopleiding bestaat, zoals in Nederland. 'Elke "bloemist" hier is niet een bloemist naar Nederlandse begrippen. Vaak zijn het mensen die zijn overstapt uit aanverwante beroepen, zoals interieurontwerpers, kunstenaars, of mannen en vrouwen die geen werk hebben en een graantje meepikken.'

'De laatste vijftien jaar zijn er in het straatbeeld in New York bloemen zichtbaar geworden bij wat we hier "Korean deli's" noemen. Dat zijn kleine kruidenierszaken die op bijna elke hoek zitten. Die hebben tegenwoordig veel bloemen buiten staan. In 1987, toen ik hier voor het eerst kwam, was dat niet het geval. Dat is een





geweldig goede ontwikkeling, zelfs als die bloemen niet geweldig zijn.’

Ook qua ontwerp zijn er flinke verschillen tussen Europa en de VS. ‘Het is hier toch vaak de overdaad aan bloemen die het wint van creatieve inhoud’, vertelt Hofstede. ‘Innovatieve bloemsierkunst is slecht in de States. Als de klant je werk leuk vindt, dan wil ’ie hetzelfde boeketje steeds opnieuw zien. Men houdt hier van

voorspelbaar en niet echt van verrassingen. Zelfs in het liberale New York is men daar heel conservatief in. Anders is hier niet automatisch beter.’

‘Uitzondering zijn de events’, vervolgt hij. ‘Dan verwacht iedereen wel iets bijzonders en unieks, dus daar kun je je dan uitleven. Als ontwerper voel ik me wel verwant aan de grafisch ontwerper die een logo moet verzinnen bij een bedrijf of een

project en daarbij veel elementen van zo’n bedrijf in acht moet nemen om een juist eindontwerp af te leveren. Het moet allemaal kloppen.’

Overeenkomsten

Naast al die verschillen zijn er ook overeenkomsten tussen Nederland en New York. ‘Als je als Nederlander voor het eerst in New York City aankomt, dan denk je dat de wereld voor je open gaat. Je valt heel mak-



kelijk voor deze stad, omdat je je hier direct thuis voelt. Het is pas op de langere duur dat je de verschillen gaat zien voor wat ze zijn, maar tegen die tijd ben je al verkocht.'

'Er zijn overigens best veel Nederlandse invloeden merkbaar in New York en de USA. De conservatieve inslag is niet ongelijk aan de behoudendheid van de Nederlander. Ondernemers zijn hier erg "Dutch". Ook de gemakkelijke "laissez-

faire"-houding, waar Nederland om bekendstaat, een andere vorm van minimale overheidsinvloed, is hier niet onbekend.' René Hofstede zit daar niet mee. Integendeel: 'Mensen houden van bloemen en waar een wil is, is een weg.'

'Wat ook opvalt is dat er hier veel minder trends in de bloemsierkunst zijn, zoals die er wel zijn in veel andere landen. De slimmere bloemisten hier kijken

natuurlijk wel over de grenzen voor inspiratie. Ikzelf probeer te innoveren, maar kijk niet echt naar andere ontwerpers, omdat ik mijn werk puur wil houden.'

'Een kennis vroeg mij eens of het niet moeilijk is om al die trends in de bloemsierkunst bij te houden? Mijn antwoord was simpel: "Ik volg geen trends, ik creëer trends." Niet dat ik ooit een trend begonnen ben, maar dat is wel de aspiratie.'