

Amsterdam's TASTE MAKERS

ESENSI DARI TASTE MAKER ADALAH KREATIVITAS. SEBAGAI SALAH SATU CREATIVE HOTSPOT, KOTA AMSTERDAM DI BELANDA MERUPAKAN MAGNET BAGI OPTIMISME KOMUNITAS KREATIF YANG MEMILIKI KEKUATAN UNTUK MEMIMPIN NALAR OPINI DI BIDANGNYA MASING-MASING. SIMAK PERBINCANGAN LINY AGUSTINI DENGAN INDIVIDU TASTE MAKERS INI.



Kiri-kanan:
Onno Kokmeijer, Executive Chef; Ciel Bleu - Hotel Okura Amsterdam; Ciel Bleu Chefs Table



» GASTRONOMI

Onno Kokmeijer, Masterchef Ciel Bleu yang berbasis di Okura, Hotel Amsterdam penyandang dua Michelin Stars.

Apa yang membedakan Anda dengan chef lain, dan bagaimana mempertahankan eksistensi Michelin Star Restaurant selama ini?

It's not only about the food. Semua chef memiliki signature masing-masing dan mampu memasak dengan baik. Interaksi dengan tamu sangat penting. Tamu saya merupakan duta terpenting. Saya kira hal seperti inilah yang dapat membedakan posisi Anda.

Apakah food design penting bagi Anda? Ya. Saat ini kesinambungan antara gaya hidangan di atas piring dan penyajian di hadapan tamu telah menjadi bentuk seni dalam dunia gastronomi.

Apakah kekuatan di balik motivasi Anda? Menjadi seorang chef adalah sebuah passion dan emosi. Guru saya pernah mengatakan bahwa memasak tidak semata-mata dipelajari di sekolah. Kami juga belajar dari pengalaman dan dari para chef lainnya.

Apa yang Anda lakukan yang tidak dilakukan oleh chef lain? Kami terus mencari hidangan baru. Yang terpenting adalah mempertahankan kualitas pekerjaan ini. Kami masih terus menyempurnakan signature dish yang telah kami hidangkan selama kurun 10 tahun.

Pentingkah peranan seorang sommelier? Sangat penting, terutama di Eropa. Pada food and wine pairing, kami menghadirkan wine yang berbeda untuk setiap course. Kesegaran wine dan kombinasinya dengan hidangan sangat penting.

Foto: Iwan Baan, Inga Powilleit, roxanne lowit.



Atas-Bawah:
Nacional20140724-32; JimmyWoo-Vignet-5.

» NIGHT LIFE

Casper Reinders dari Tao Group.



Eksistensi Casper Reinders terlihat jelas dalam interior puluhan restoran dan klubnya. Tidak heran kalau ia dijuluki 'gubernur kehidupan malam' kota Amsterdam. Britney Spears, Brad Pitt, George Clooney dan nama pesohor lain menyempatkan diri untuk mengunjungi salah satu klubnya Jimmy Woo saat mengunjungi Amsterdam.

Esensi dari seorang taste maker adalah kreativitas. Anda bisa menjelaskan proses kreatif Anda? Dikelilingi oleh orang-orang yang kreatif telah hidupkan energi kreatif saya sendiri. Creative scene Amsterdam sangat besar dan luas. Di sini pun saya dapat menemukan inspirasi dari berbagai sumber.

Apa rahasia keberhasilan Anda? Makanan tentunya harus enak, tetapi yang menciptakan keajaiban ini adalah keragaman pegawai saya dari yang gay, straight, punk, chic, alternative, berbagai bangsa seperti dari Asia dan Afrika maupun lainnya.

Bagaimana cara Anda mengikuti tren? Saya dikelilingi oleh anak-anak muda. Seorang trend watcher terus berkeliling dari klub satu ke klub lain untuk mencari musik-musik yang cocok bagi ketiga klub milik saya.

Sekarang ini Anda lebih tertarik pada dunia interior. Mengapa? I follow my heart. Uang penting bagi saya, tetapi motivasi saya bukanlah untuk mencari uang. Saya melakukan apa yang saya sukai.

Apakah pengolahan klub lebih sulit dibanding dengan restoran? It's a different ball game. Klub lebih menguntungkan, tetapi karena kami harus terus mengikuti tren, akan selalu banyak perubahan.



Atas-Bawah:
Florian Seyd dan Ueli Signer by Michiel Laurens; Launch The Green Gallery - Styling by The Wunderkammer.

» FLOWER DESIGNER

Ueli Signer dan Florian Seyd, Wunderkammer

Selain mengolah bahan dasar bunga dan tanaman, identitas gaya perancangan duo Ueli Signer dan Florian Seyd lahir dari inspirasi mineral, unggas, serangga, batu koral dan segala sesuatu yang bersumber dari alam.

Apakah Anda bisa ceritakan konsep 'Shop for a Week' yang digelar setiap tahun? Kami memutuskan untuk tidak terikat dengan sebuah flower shop. Aneka proyek kami di luar negeri membutuhkan konsentrasi penuh. Khusus bagi para klien di Amsterdam, kami menggelar pameran 'Shop for a Week' dua kali setahun.

Apakah tantangan terbesar Anda? Memperkirakan waktu dan fase bunga-bunga yang tepat pada puncak acara saat bunga-bunga tersebut dalam kondisi 'bloom at it's best', tidaklah sesuatu yang mudah. Pengalaman dan jam terbang kami memudahkan mengurangi masalah ini.

Siapaakah florist favorit Anda? Tage Andersen dari Denmark, spesialis floral sculpture Daniel Ost dari Belgia dan Gregor Lersch dari Jerman merupakan tokoh-tokoh inspirator bagi kami berdua.

Dari Asia? Banyak sekali. Kami kagum pada Elly Lin. Dari Jepang tokoh Mami Kawazaki juga merupakan nama yang kami kagumi. Dalam buku Formidable Florist ada sepuluh desainer bunga asal Asia.



Kiri-kanan: Rem D. Koolhaas; Desain sepatu UNX2-lifestyle; ILABO-lifestyle; AMMONITE-lifestyle.

» SEPAJU STATE OF ART

Rem D. Koolhaas & Enter Galahad, The United Nude

Kombinasi bakat unik dan visi yang selaras antara Rem D. Koolhaas (Rem D. adalah keponakan arsitek terkenal Rem Koolhaas) dengan Galahad Clarks, generasi ketujuh pembuat sepatu Clark's telah menjadikan The United Nude *top expert* dalam teknologi canggih untuk *architectural ladies footwear*.

Bisa Anda ceritakan Milan Design week 2015 lalu? Untuk menantang dan mendobrak batasan pembuatan sepatu menggunakan material terbaru dan tercanggih dalam proyek *Reinventing Shoes* kami berkolaborasi dengan 5 desainer yang sama sekali belum pernah membuat sepatu. Arsitek Zaha Hadid, Ben van Berkel, Fernando Romero, serta desainer produk Ross

Lovegrove dan Michael Young untuk menciptakan sepatu wanita dengan hanya menggunakan *3D printing*.

Mengapa Anda memilih desain sepatu sedangkan latar belakang Anda adalah bidang arsitektur? Proses penyelesaian arsitektural membutuhkan waktu yang lama. Saya lebih suka membuat produk berukuran kecil yang proses realisasinya lebih cepat.

Sepatu United Nude dijual di 40 negara dengan flagship stores di Amsterdam, London dan New York. Apakah Anda mempunyai rencana memulai sesuatu di Indonesia? Saat ini beberapa kolega saya sedang berada di Jakarta. Bulan Maret 2016 yang akan datang The United Nude akan membuka toko di Plaza Indonesia.



Kiri-kanan: Ben van Berkel; MUMUTH Graz UNS 3221; Ardmore UNS 6398.

» ARSITEKTUR

Ben van Berkel & Caroline Bos, The United Network Studio

UN Studio didirikan oleh Ben van Berkel bersama Caroline Bos. Nama United Network Studio dipilih sebagai referensi watak kolaboratif perusahaan ini. Bersama UN Studio Shanghai dan Hongkong yang merupakan anak perusahaan penuh dari UN Studio Amsterdam, perusahaan ini telah membangun jembatan, teater, stasiun kereta api, kompleks perumahan dan urban planologi di berbagai negara di Asia (Singapura, Korea, Cina dan lainnya), Amerika, Afrika dan Eropa.

Apakah yang menjadi perhatian Anda dari perkembangan yang terjadi di arsitektur dunia? Topik seputar lingkungan, keamanan, pemilihan bahan yang tidak tepat dan kesehatan. Topik kesehatan dalam arsitektur

sangat menarik. Teknik instalasi yang dipakai dalam ruang operasi di rumah sakit, saya terapkan dalam perkantoran. Saya cukup bangga dengan hasil tes yang memperlihatkan adanya penurunan 20% absen sakit para karyawan yang bekerja di perkantoran tersebut. Untuk menghemat energi, saya menggunakan struktur bangunan dengan aplikasi *concrete core activation* yaitu teknik penyimpanan energi panas yang dapat dilepaskan pada saat diperlukan.

Bisa ceritakan tentang evolusi gaya desain Anda selama ini?

Saya lebih tertarik dengan bentuk dan fungsi objek, bagaimana kita mengisi objek dengan suatu fungsi. Juga banyak ide yang berhubungan dengan pengetahuan dan inovasi pengetahuan. Untuk itu, kami adakan *platform* khusus komunitas pengetahuan.



Kiri-kanan: Gabriele Chiave; Kameha Zurich Shisha Lounge; Kameha Zurich Spa.

» DESIGN INTERIOR DAN PRODUK

Gabriel Chiave, Direktur Kreatif Marcel Wanders

The New York Times sampai menjuluki Marcel Wanders sebagai *'Lady Gaga of Design'*. Di samping pujian, ia juga dikritik oleh sebuah hal yang disebutnya sebagai *design fundamentalist*, tetapi karya Marcel untuk nama-nama besar seperti Kartell, Poliform, Flos, Cappellini, B&B, Baccarat, Alessi, Christofle dan lainnya menjadi pembuktian dirangkulnya konsep-konsep unik ini.

Bisa Anda ceritakan pendekatan holistik Marcel Wanders pada desain? Dasar sebuah cerita yang kuat biasanya akan memberi jiwa dan makna pada suatu karya desain. Melalui fotografi dan cerita, kami berusaha menjangkau masyarakat.



Kiri-kanan: Cappellini knotted chair; Kameha Zurich L'Unico; Kameha Zurich lobby.



Pendekatan Anda ke sustainability datang dari sudut berbeda yaitu membuat desain-desain keepsake. Apakah ini tidak bertentangan dengan prinsip bisnis? Kita semua memiliki peninggalan dari kakek-nenek yang walaupun tidak kita pakai tetap kita simpan dan akan diwariskan kepada anak cucu kita. Wanders memfokuskan diri untuk membuat produk-produk berkualitas tinggi seperti ini. Karenanya, walaupun presentasi produk dilakukan dua kali setahun, hal ini hanya kami lakukan setahun sekali di Milan. Lebih baik menampilkan produk-

produk berkualitas tinggi setahun sekali daripada produk *mediocre* dua kali setahun. Perusahaan yang telah menghasilkan produk berkualitas tinggi biasanya memiliki kredibilitas lebih kokoh.

Apakah yang akan datang setelah modernitas menurut Anda? Selama bertahun-tahun, Marcel Wanders senantiasa melihat ke referensi ke masa lalu, ke akar, warisan budaya, kualitas pembuatan dan kerajinan masa lalu. Referensi desain ini menghidupkan kembali kualitas estetika masa lalu ke masa kini dan masa depan. Tentunya dengan penambahan *twist khas* Marcel Wanders dan menggunakan pendekatan perancangan dan teknik kontemporer. ■