

# Een golf van neopreen

Zonder pitch wist het grote O'Neill het kleine 178 aardige ontwerpers te vinden. Om zich internationaal opnieuw te positioneren creëerde het bureau een passende huisstijl. 'Create to liberate'.



'Wij hadden onszelf al eens bij O'Neill onder de aandacht gebracht', zegt strateeg Frederik Nysingh (eerder werkzaam bij onder andere TBWA Campaign Company, Total Identity en Mattmo). Hij was bij het bureau binnengehaald om als commercieel directeur onder andere de vier ontwerpers van 178 aardige ontwerpers onder de aandacht te brengen bij interessante opdrachtgevers. Dat werkte.

Het sportmerk, dat in 1952 in Santa Cruz, Californië werd opgericht, is overgegaan in Nederlandse handen. Het Europees hoofdkantoor bevindt zich - toepasselijk gelegen - in Warmond. Het merk wilde zich opnieuw wereldwijd positioneren en vroeg 178 aardige ontwerpers hen daarbij te helpen.

'Een mooie klus want straks wordt het resultaat geïmplementeerd in tachtig landen wereldwijd', zegt ontwerper Joost Hoekstra, die zelf een fervent surfer is. 'O'Neill is een gave opdrachtgever. Als jochie kende ik het merk al. De pakken en boards zijn kwalitatief goed en dat is geen verkooppraatje.'

O'Neill onderscheidt zich van veel andere merken door echt op de sport te zitten en veel minder op de lifestyle kant, weet hij. 'Om het merk O'Neill te laden wilden wij dus wegblijven van het flashy beachleven en teruggaan naar de rauwe natuur, zoals die eruit ziet in de streek van herkomst met scherpe rotsen en woeste golven', vertelt Nysingh. 'Het uitdagen van de natuur is het aspiratieniveau, sport en innovatie zijn een onderdeel van de heritage van het merk. O'Neill daagt de natuur uit door met inventieve oplossingen te komen, zoals de wetsuit, die de oprichter Jack O'Neill claimt te hebben uitgevonden, en meer recentelijk de in de skipakken ingebouwde navigatie, waardoor je off piste de weg kan vinden. Oplossingen die de sport leuker en beter maken.'

## Ruige natuur

De klus van 178 aardige ontwerpers begon met de wens van O'Neill om het logo uit 1993 meer van deze tijd te maken. Het woordmerk werd losgehaald van de golf en kan staand of liggend gebruikt worden op verschillende kleurvlakken als rood en zwart. Het past bij de werkwijze van 178 aardige ontwerpers om er

een eigen, verrassende draai aan te geven, die een extra laag geeft aan het O'Neill-verhaal. 'Zo hebben we geprobeerd de ruige natuur en het innovatieve te combineren door grof briefpapier te nemen waar een high tech afwerking met het logo op komt. Door gebruik te maken van een speciaal soort latex, voelt het logo op het visitekaartje aan als neopreen (het materiaal dat voor wetsuits wordt gebruikt, red.)', legt Hoekstra uit.

Aan de achterkant van het briefpapier of visitekaartje wordt het verhaal van de oorsprong van het sportmerk verteld in collagevorm. Het heet 'Jack the inventor' en is een visual waar alles inzit, zegt Nysingh. Windturbulentie, hoge golven, zeehonden, surfers, scharen van krabben, pijlen die de richting van de stroming van het water aangeven tot een grappige foto van de echte Jack O'Neill in een van de eerste wetsuits (gevlut met lucht). Het is een Da Vinci-achtige tekening, vertelt Hoekstra. Net als de Italiaan maakte Jack O'Neill veel aantekeningen, schetste hij dingen die hij later naar producten vertaalde. De collage van Jacks leven heeft als pay-off: 'Create to liberate'.

De grote schets, waar alles in zit, wordt gebruikt als uitgangspunt. Delen van de schets worden gebruikt om de achterkant van het briefpapier en de visitekaartjes te sieren. De tekening in z'n geheel kan ook gebruikt worden als visual in de nieuwe winkels, die O'Neill de komende tijd van plan is te openen.

Nu de huisstijl af is, worden onderdelen geleidelijk geïmplementeerd, het productieproces komt op gang. Zo wordt het nieuwe logo wereldwijd te zien op visitekaartjes, briefpapier, surfboards, in advertenties en ga zo maar door. Elementen van de schetsen worden op verpakkingen, labels en op de bestikking van auto's doorgevoerd. Het logo wordt door bureaus in andere landen als basis gebruikt voor bijvoorbeeld advertenties. 'Verschillende landen kunnen ermee aan de slag, maar de basis hebben wij gelegd', zegt Nysingh.

