

FAMILY OF FORM

Dutch Design als folklore

Dutch Design heeft internationaal een goede naam en is geen vluchtige trend. De expositie Family of Form toont zestig jaar Design Academy.



MIKKE MEIER



KLABENK LADY PENELOPE



HELLA JONGERIUS



HELLA JONGERIUS



BUGABOO MAX BARENBRUG



JAN DIJKSTRA



BUNGEE LADY PENELOPE

Pamela Wilhelmus

'Negen timmermannen kunnen op dit bankje zitten. Dat weten we zeker, want we hebben het uitgeprobeerd.' Glimlachend vertelt Eva Broekhuijs (27 jaar) over een van de ontwerpen die ze met collega Iris Hiddink (26 jaar) heeft ontworpen: de Klabenk, een bankje voor de kleinbehuiste medemens. Sinds hun afstuderen aan de Design Academy Eindhoven, de meest prestigieuze opleiding voor ontwerpers die Nederland rijk is, vormen Eva en Iris het ontwerpersduo Lady Penelope. Het duo doet het goed. Ze exposeerden hun ontwerpen na de Dutch Design Week ook op de wereldberoemde designbeurs Salone del Mobile in Milaan. In oktober kwamen ze met een magnetische bloempot in de finale van de Leeuwenkuil, een wedstrijd voor nieuwe, vindingrijke ontwerpen op de Holland Innovatien-beurs.

Lady Penelope is een kind van haar tijd. De Klabenk is slechts een van haar ontwerpen waar de tijdgeest onmiskenbaar in terug te vinden is. Mechanische, ambachtelijk vervaardigde ontwerpen voeren onder de nieuwe generatie ontwerpers de boventoon. De Klabenk is simpel, doeltreffend en ambachtelijk in elkaar gezet. 'De studenten van tegenwoordig zijn opgegroeid in een digitaal tijdperk', legt Anne Mieke Eggenkamp, directeur van de Design Academy uit. 'Die hechten in hun ontwerpen aan voelen, aan bewegen, maar vooral ook aan het mechani-

sche. Hun uitgangspunt is dat ze daar nog een verschil kunnen uitmaken. Dat wijkt af van de norm van hun internetgeneratie.' Het is een mooi voorbeeld van hoe de ontwerpers in de wereld uiteindelijk net zo goed kinderen van hun tijd zijn als de boekhouders, huismoeders, winkeliers en advocaten. Iedereen ondervindt invloed van de maatschappij, van zijn omgeving. Maar wat interessanter is, is dat ondanks de tijdgeest er een enorme verwantschap blijkt te bestaan tussen Nederlandse ontwerpers door de jaren heen. *Form follows function* wordt weleens gezegd over de Nederlandse designcultuur. Design is mooi, uitgekend en stijlvol. Maar in Nederland moet het toch vooral ook functioneel zijn.

Verbastering

De expositie Family of Form opent morgen en geeft een uitgebreid overzicht van Dutch Design door de jaren heen. De naam van de tentoonstelling is een verbastering van de titel van de expositie Family of Man, door fotograaf Edward Steichen in de jaren vijftig van de vorige eeuw samengesteld. In zijn expositie bracht Steichen de verwantschap die er bestaat tussen 'mensen' in kaart. Family of Man bestaat uit ruim vijfhonderd foto's die in verschillende thema's alle aspecten van het menselijk leven weergeven, van geboorte tot dood. De kern van Family of Man is dat ondanks de grote verschillen tussen mensen, er uiteindelijk vooral een enorme verwantschap bestaat: liefde, geboorte, werk, gezin, opvoeding, kinderen, oorlog, dood, vrede. Universele begrippen waar elk mens mee te maken heeft. 'In Family of Form willen we de verwantschap die

bestaat tussen Nederlandse ontwerpers door de jaren heen laten zien. En bovendien voelt het ook wel alsof alle studenten van de academie een familie zijn', verklaart Eggenkamp de titel van de expositie van de Design Academy. Op de expositie is het werk van verschillende generaties afgestudeerde ontwerpers van de academie te zien, van de overbekende kindervagen Bugaboo van Max Barenbrug tot de ontwerpen van Hella Jongerius die naast exclusief werk ook vazen voor Ikea ontwierp.

De tentoonstelling was eerder te zien in Milaan en Parijs. De reacties daar waren positief. Eggenkamp: 'Met name in Parijs waren de bezoekers onder de indruk, zowel van de identiteit als de kwantiteit van Dutch Design. Waar mensen niet aan denken, is dat er jaarlijks 150 studenten bij ons afstuderen, en dat al zestig jaar. Er is zo ontzettend veel Nederlands design.' Maar naast de kwantiteit was er nog een verrassende reactie van de bezoekers van de expositie in Parijs. Eggenkamp: 'Wanneer mensen schatten wanneer de ontwerpen gemaakt waren, zaten ze er vaak mijlener naast. Dachten ze dat iets veel ouder of juist nieuwer was dan het was. Waarmee in mijn ogen is bewezen dat Nederlands design tijdloos is. Ik ben ervan overtuigd dat zeer veel mensen tegenwoordig uitgaan van de vluchtigheid van design. Design is hip, de trend van de dag, zoals er tegenwoordig tegenaan wordt gekeken. Vluchtig dus ook vooruit. Wij willen laten zien dat dat niet zo is.'

Ontwerpwedstrijden

Design als modegil, het klinkt bekend in de oren. Zeker wanneer we kijken naar ontwerpers als Hella Jongerius, Chris Martin of Maria Vink, gerenommeerde designers die door Ikea werden ingehuurd om vazen, stoelen en lussens te ontwerpen. De Hema organiseert ontwerp wedstrijden om design bij het grote publiek onder de aandacht te brengen, en bij de Xenos kun je ook terecht voor de citruspers met net een leukere look dan een simpele witte Braun pers die vast heel goed is, maar er gewoon niet zo leuk uit ziet.

We mixen wetenschap, techniek en creativiteit



WINEFINER MARCUS VAGNY

Design wordt gezien als hip, de trend van de dag

Ook het ontwerpersduo Lady Penelope heeft al te maken gekregen met de interesse van de massa in design: ze stonden op de shoppingpagina's van de *Viva* en *De Telegraaf*. En hun ontwerpen zijn te koop in kleine designboutiques die ook steeds vaker in de centra van de wat grotere steden te vinden zijn. Maar in feite gaat het bij de belangstelling van de massa slechts om het woord design. De term. Die is pas enkele jaren ingeburgerd in de Nederlandse samenleving. Die term is momenteel mateloos populair en blijft in populariteit alleen maar toenemen. Maar de geschiedenis van Dutch Design gaat veel verder terug. Lang voordat de interesse voor designattributen van het winkelend Hema-, Xenos- en de Bijenkorfpubliek werd gewekt.

Eggenkamp: 'Nederland heeft een lange traditie in design. Dat lijken we weleens te vergeten onder de druk die het trendy woord design tegenwoordig uitoefent. Neem iemand als Copier die het Gilde wijnglas ontwierp. Nu, zeventig jaar later, drinkt iedereen daar nog steeds uit. Of Rietveld, internationaal gezien een grote naam. Dat Nederlands design tegenwoordig zo populair is, komt echt niet uit de lucht vallen.' De grotenamen van weleer maakten al ontwer-

pen die in al hun schoonheid een functionele eenvoud kenden. Eggenkamp kan het goed uitleggen. 'De algemene mentaliteit in Nederland is die van handelsinstinct en oplossingsgerichtheid. We mixen wetenschap, techniek en creativiteit. Het feit dat we goed zijn in watermanagement en het bouwen van dijken geeft bijvoorbeeld ook al duidelijk die identiteit aan. Dat kan niet alleen met techniek, daar komt ook creativiteit bij kijken. Creativiteit die leidt tot oplossingen.'

Leon Stephan, oprichter van de middelingsorganisatie Utrecht Design, herkent de oplossingsgerichte mentaliteit van Nederlanders. De opmars van design voor de massa heeft hem geen windieren geleegd. 'De tendens is momenteel dat mensen design willen waar ze wat aan hebben. Het moet er mooi uitzien, maar vooral ook functioneel zijn. Zoals wij een *winefiner* hebben, een object dat wijn zowel kan decanteren als stoppen als filteren. Dat vinden design gebruikers leuk. Die willen design gebruiksartikelen. Daarom doen winkels als de Xenos en de Blokker het ook goed. Goedkoop en simpel staat voorop. Dat is de laatste jaren echt ingeburgerd.'

Herintroduceren

Stephan was begin jaren negentig directeur van De Glasfabriek in Leerdam, destijds een zieltogend bedrijf. 'Ik koos ervoor om designers te herintroduceren. Ik zeg speciaal herintroduceren omdat ze van oudsher al verbonden waren met de firma: A.D. Copier, Berlage, ze hebben allemaal samengewerkt met De Glasfabriek.' Door nieuwe ontwerpers aan te trekken, krabbelde de fabriek er weer bovenop. Na zes jaar besloot Stephan

'Form follows function' wordt weleens gezegd over onze designcultuur



BURNED FURNITURE MAARTEN BAAS

het bedrijf te verlaten, maar wel met de ontwerpers door te gaan. Het resulteerde in de oprichting van Utrecht Design. Tegenwoordig bemiddelt Stephan tussen ontwerpers en de verkooppunten. En de zaken gaan goed. Met zijn bedrijf merkt hij dat er een grote markt is voor producten waar de term design aan kleef. 'Ik was een keer op een verjaardag, en de jarige kreeg een cadeau met de woorden: 'alsjeblieft, het is design'. Design is echt een soort modewoord geworden. Maar zoiets slaat natuurlijk nergens op. Want in feite is alles design. Alles is toch ontworpen, overal is toch over nagedacht.'

Maakbaarheid

Dus eigenlijk gaat het er met een mooi vormgegeven koffiezetapparaat helemaal niet om dat je opscheept tegen je vrienden over hoe chic en yupperig je wel niet bent. We willen ons prettig voelen in ons bestaan, en dat bereiken we met design. Eggenkamp: 'Aan de ene kant lijkt het of we in onze ontwerpen alleen maar met uiterlijk bezig zijn. Maar eigenlijk zijn we met iets heel anders bezig: de maakbaarheid van ons eigen leven. Ik hoop ook eigenlijk dat er een keer een ontwerper

politicus wordt.' Designers zijn in de ogen van Eggenkamp tijdens het ontwerproces ook bezig te bedenken hoe een gebruiker op het ontwerp zal reageren, hoe die het zal beleven. 'Een ontwerper wil een bepaald gevoel triggeren, wil de gebruiker verleiden. Op de tentoonstelling zie je natuurlijk alleen het eindresultaat, maar wat er aan vooraf gaat zijn die gedachten.' In feite raakt Eggenkamp hier te kern van wat Leon Stephan verwoordde als: over alles dat is ontworpen, is nagedacht.

Eggenkamp: 'Mensen moeten zich bewust worden van het eigen handelen. Dat is de verantwoordelijkheid die we hebben. Wie niet in de designwereld zit denkt er waarschijnlijk niet vaak over na, maar alles wat je ziet, daar heeft iemand over nagedacht, dat is ontworpen. De designers die wij opleiden, worden erin getraind om niets zomaar aan te nemen. Ze leren een manier van *out of the box* denken.'

Ontkomen aan tunnelvisie dus, en niets voor lief nemen. Dat zal er uiteindelijk voor zorgen dat we een gelukkiger, bevredigender leven kunnen leiden. Of zoals de fotograaf Edward J. Steichen een halve eeuw geleden al zei over de bedoeling achter zijn expositie Family of Man: 'I am no longer concerned with photography as an art form. I believe it is potentially the best medium for explaining man to himself and his fellow man.' Bewustwording dus. Van jezelf en je hele omgeving. ☺

De expositie Family of Form loopt van zondag 13 januari tot zondag 23 maart in het Designhuis Eindhoven. Het werk van drie generaties ontwerpers die zijn afgestuderd aan de Design Academy Eindhoven is er te zien.