

ontschoten. Hij zei iets dat in al zijn eenvoud het gemis tenminste voor een deel duidelijk maakt: 'Vroeger was een kruik beschilderd, omdat er water in zit'.

Het gaat hier om de betekenis van decoratie vanuit de functie en de context van de waterkruik. Vertaald naar industriële gebruiksproducten kun je dan zeggen: de stijl van de vormgeving is alleen bedoeld om te behagen en komt niet voort uit het produkt en zijn context zelf. De detaillering van de drie nieuwe bedden van Auping heeft wel charme, maar geen bestaansreden die verder gaat dan de veronderstelling dat bepaalde klanten er op kicken. Het lijkt me dat er meer nodig is. In het verleden is gebleken dat die extra's bijvoorbeeld kunnen schuilen in de persoonlijke overtuiging van een ontwerper. Deze kan rechtstreeks voortkomen uit opvattingen over de gevolgen van massaproductie. Voor de functionalisten van de jaren vijftig en zestig bijvoorbeeld was styling taboe. Een produkt mocht niets meer zijn dan een perfect werkend en geproportioneerd sober object. Vormgeving diende zo neutraal mogelijk te zijn, om aan ieders smaak te kunnen beantwoorden. Hoewel deze opvatting nu niet meer voor zaligmakend doorgaat, leverde zij wel producten met karakter op. Het andere uiterste wordt vertegenwoordigd door iemand als Philippe Starck, niet echt een geweldig industrieel ontwerper, maar wél iemand die zijn persoonlijke vormvoorkeuren niet onder stoelen of banken steekt en daarmee de grootste onzin nog een overtuigend gezicht weet te geven. Ik zie geen reden waarom producten geen

persoonlijke signatuur zouden mogen hebben. Het is één manier om het aanbod te verrijken. Ook het semantisch ontwerpen, zoals beoefend door de school van de Amerikaan Michael McCoy, kan van waarde zijn. Het denken via metaforen levert in elk geval originele ideeën op.

En al doen de computer in de vorm van een rijtje boeken van David Gresham en de broektelefoon van Lisa Krohn nu oudbakken aan, de ontwerpen beschikken in elk geval over authenticiteit.

### paradox

De twee bekende richtingen, eigenwijsheid en metaforisch denken, zijn geen pasklare oplossing voor het probleem van genivelleerde vormgeving.

Er zijn ongetwijfeld nieuwe en betere ideeën te bedenken om massaproducten meer eigen persoonlijkheid te geven. En dat zullen geen algemeen toepasbare gezichtspunten zijn.

Elk ontwerpproces is een nieuw avontuur. De suggesties geven wel aan dat ik als alternatief voor het ontwerpen-op-de-smaak-van-een-doelgroep een paradox veronderstel: producten worden aantrekkelijker door minder nadruk te leggen op hypothetische aantrekkingskracht. Ze krijgen een sterkere aanwezigheid als ze bij het ontwerpen vanuit zichzelf en vanuit hun eigen context en ontstaansproces worden beschouwd. En dat sluit terugkoppeling via marktonderzoek niet uit. Mijn lichte onbehagen met het uiterlijk van de meeste alledaagse dingen is niet makkelijk te verhelpen.

Het is een hele troost dat ik ze niet hoeft te kopen. ●

## vervormen en decoreren

### materiaal

door Ed van Hinte

**W**e houden het Hollands. Een aardappel kun je pas door de jus prakken als je hem eerst hebt gekookt. De ene bewerking is nodig om de andere te kunnen doen. In de industrie geldt dat net zo goed. Materialen ondergaan vaak behandelingen om ze geschikt te maken voor het volgende avontuur. Eerst ontvetten, dan lakken.

Het kan ook geraffineerder. Je kunt de aardappels zo ontwerpen dat je ze niet hoeft te koken. En als je toch zo bezig bent, dan kun je ze zo maken dat je er dingen mee kunt doen die daarvoor niet konden. Neem zo'n kalebasverpakking die was genomineerd voor de Designprijs Rotterdam 1996.

### gebogen lijst

Buigen van metalen profielen brengt je altijd in een netelige situatie. Op de plek van de bocht ontstaan moeilijk beheersbare deuken en uitstulpingen. Hoe scherper de bocht, hoe erger. Het blad Aluminium van januari beschrijft hoe industrieel ontwerper

Frans van Nieuwenborg, bekend om zijn - ook al - gebogen TL-buis, samen met radiatorfabrikant Radson een slim aluminium-profiel ontwikkelde dat als lijst dient rond een vlakke plaatradiator. Ingelijst is de radiator mooier en heeft deze ook een hoger rendement. Het profiel is zo uitgedokterd dat het kan worden gebogen met een straal van 15 millimeter zonder dat er storende vervorming optreedt. Misschien wordt het wel tijd voor een nieuwe generatie gehoorzame buigprofielen.

### vormweven

Tot nu toe was weefsel altijd plat en kon je, voor zover de stof dat toeliet, vervormingen aanbrengen door draperen en persen. Sinds kort bestaat er een weefproces waarmee allerlei schaalvormen zijn te maken (Techtextil Telegramm december 1995). Dat gaat met een elektronisch gestuurde machine. De gewenste driedimensionale vorm laat zich via simulatie-software op maat maken, inclusief de ligging van de vezels. Uiteraard zien de bedenkers de nieuwe technologie graag toegepast in bijvoorbeeld de vliegtuig- en auto-industrie voor de vervaardiging van dubbelgekromde composiet-

onderdelen. Maar ze denken ook aan meubelen, sportartikelen en al dan niet beschermende kleding. In dit verband zou de samenhang met 'body-scanning' interessant kunnen zijn, een opkomende methode om in drie dimensies lichaamsgegevens vast te leggen. TNO-Technische Menskunde in Soesterberg experimenteert hiermee. Overigens valt het op dat textieltechnici nogal gefixeerd lijken te zijn op weven. Breisels laten zich veel makkelijker vervormen.

### Licopal 2

In het decembernummer 1994 van Kunststof Magazine stond het al: er komen kunststoffen die zich met laserlicht, dus contactloos en zonder verf of inkt, in elke gewenste kleur laten decoreren, volgens elk gewenst patroon. Het idee is, zo staat te lezen in het maartnummer, dat Philips (initiator van de ontwikkeling) bijvoorbeeld standaard zaktelefoons maakt en dat ze volgens persoonlijke wensen van de klant op afroep worden gedecoreerd, desnoods met een familieportret. Het is nu in het laboratorium inderdaad gelukt om een kleurloze kunststof met laser kleurig te versieren. Eigenlijk is kleurloos hier de verkeerde term. De kunststof

die met Licopal (Laser Induced Coloring of Plastics and Lacquers) wordt bewerkt zit juist tjokvol met pigmenten, zoveel dat ze elkaar als het ware optisch neutraliseren. Met de laser laten ze zich selectief bleken en dan krijgen de ongebleekte pigmenten de overhand. Tot nu toe richtte het onderzoek zich vooral op de werking van deze pigmenten. De verwachting is dat variatie in de laser veel meer mogelijkheden zal ontsluiten en dat het volledige Pantone-spectrum aan de valse ondergrond zal kunnen worden ontlokt. Productierijp? Nog even geduld.

Van Nieuwenborg Industrial Design  
T (071) 512 3230  
F (071) 513 1587

Shape 3 GmbH  
Berghauserstrasse 62  
D 42859 Remscheid  
Duitsland

Licopal DSM NV  
Poststraat 1  
Postbus 43  
6130 AA Sittard  
T (046) 477 0077 / F (046) 477 3535