

Als er één ding is waarover Droog sinds de oprichting elf jaar geleden geen klagen heeft, is het wel media-aandacht. Items besloot toch om dit 'zoveelste artikel' over Droog te maken omdat het beeld over Droog in de loop der tijd is dichtgeslibd met vooronderstellingen, halve waarheden en in sommige gevallen irritatie. Over de dubbelfunctie als platform en bedrijf bijvoorbeeld, of over het binnenhalen van subsidies. Door rechtstreeks naar deze en andere kwesties te vragen, kreeg Renny Ramakers de gelegenheid te vertellen waar het, wat haar betreft op staat. En dat werd tijd, vond ook Ramakers zelf.

Renny Ramakers over Droog Design



Om maar met een recent wapenfeit te beginnen: Lille culturele hoofdstad als podium voor Droog Event #01, hoe is dat precies gegaan? Ik had al een tijdje

de behoefte om de stand van zaken op het gebied van vormgeving in Europa op te maken en die op mijn manier te presenteren.

Anders dus dan de disciplinegewijze selecties zoals op de biënnales en triënnales in Londen en New York. Toen de organisatie van Lille 2004 ons benaderde om een event te organiseren, bedacht ik deze nomadische triënnale. Over drie jaar komt hij in een andere Europese stad.

En hoe staat het met de stand? Droog Event #01 presenteert geen eindconclusie. Ik heb onderzoek gedaan naar wat er zich in verschillende disciplines afspeelt. Ik heb thema's herkend, die ingedikt en vervolgens weer ruim genomen.

Eén thema was overduidelijk aanwezig, het leek of haast iedere deelnemer met natuur bezig was. Met gecultiveerde natuur, of met het bewenen van een verloren oernatuur. Maar die andere thema's?

'Artificial nature' was inderdaad één van de thema's, de andere waren 'open source' en 'de consumptiemaatschappij'. De thema's zijn inderdaad niet heel nadrukkelijk gepresenteerd, ze vormden meer de leidraad bij de selectie. Er waren verschillende werken die

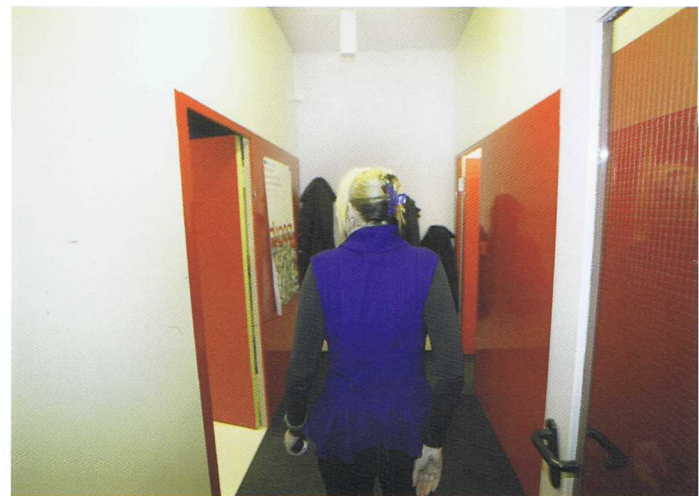
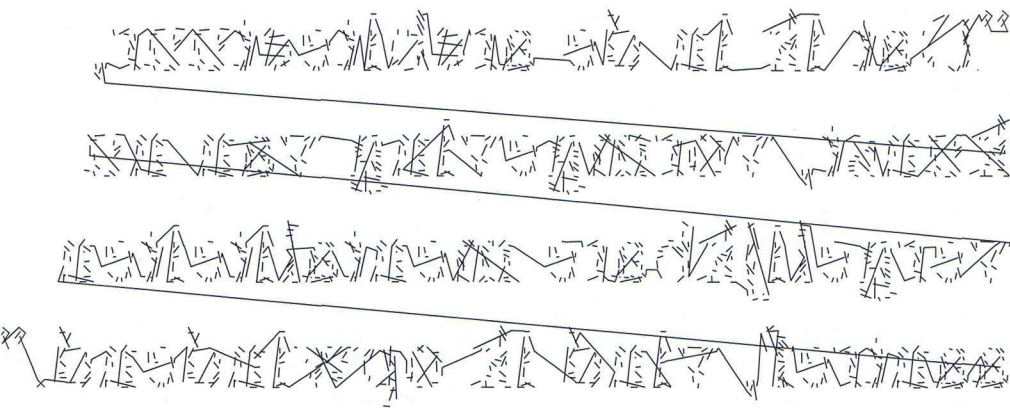
ben. Ik bedoel dat ontwerpers, kunstenaars en architecten topics – vaak zelfs dezelfde – uit de technologische, sociale of economische omgeving tot hun onderwerp maken.

Veel bezoekers dachten dat het allemaal 'Droog' was, wat er te zien was. Dat is een misvatting. Natuurlijk waren er dingen uit de Droog-collectie, en was er het project From Lille with Love van Gijs Bakker met de lokale industrieën. Maar we hebben ons nadrukkelijk als curator gepresenteerd.

Dan moest je goed kunnen lezen, 'curator' staat in heel kleine lettertjes achter Droog Event #01.

Andere vraag: wilde iedereen die je benaderde direct meedoen? Nou, het stond ook op het introductiebord en alle andere communicatie. En wat je tweede vraag betreft: ja, vrijwel iedereen reageerde enthousiast, een enkeling vroeg zich af "het wordt toch niet als 'Droog' gepresenteerd?"

Waar waren ze bang voor? Om al te veel met Droog geassocieerd te worden, denk ik. Ik zal je vertellen, Lille had op een bepaald moment drukwerk gereed, waarin onze rol als curator niet vermeld stond. Wij hebben dat drukwerk toen tegengehouden. Aan de andere kant word ik ook wel eens een beetje moe van deze discussie. Opdrachtgevers komen op Droog af, gebruiken graag die naam, dat is nu eenmaal zo. Maar het mes snijdt aan twee kanten. Jurgen



commentaar leveren op de welvaartsmaatschappij. Het Z-magazine van Gummo bijvoorbeeld, De 'if you don't need it, don't buy it'-strategie van Guixé voor Camper en de ruilwinkel van N55. Ook de nieuwe EU-vlag met streepjescode van Rem Koolhaas kan hiermee in verband worden gebracht. Daarnaast hadden enkele van de satellietprojecten waarin interactie met het publiek voorop stond, de consumptiemaatschappij als onderwerp. De stand op de braderie van Lille bijvoorbeeld waar het publiek zijn aankopen kon laten restylen. Er waren trouwens ook plannen voor een daklozen-workshop en een free-restaurant waar door een topkok bereid eten van de voedselbank gratis zou worden geserveerd. Maar dat zag de burgemeester van Lille om politieke redenen niet zitten.

Een verdieping lager was 'Trafic d'influences: art & design' van Frac Nord te zien. Deze tentoonstelling ging over de grensvervaging tussen kunst en design. Toeval? Heel frappant, blijkbaar hebben we weer eens iets beet wat in de lucht zit. Verder was onze reactie op de wederzijdse beïnvloeding compleet verschillend. Ik weet nog dat ik rondliep tussen al die vormgevingachtige kunst die naast kunstachtige vormgeving was gezet, en dacht: dit is totaal niet waarmee ik bezig ben, ik ben bezig met de gedachte erachter, met de mentaliteit. Ik zie vergelijkbare mentaliteiten, daden die met elkaar te maken heb-

Bey heeft een schitterend project in Tokio gedaan. Dat was wel onze opdracht...

Droog krijgt opdrachten, geeft opdrachten en ontvangt subsidie. Hoe zit dat nou precies? We zijn heel blij met de subsidie die we ontvangen, we hebben het geld hard nodig om experimentele projecten te kunnen doen. De presentaties in Milaan bijvoorbeeld. Ongeveer één zesde van wat we nodig hebben om te kunnen draaien, is afkomstig uit subsidie. De rest wordt verdiend met kostendekkende opdrachten. Rick van der Ploeg formuleerde destijds criteria voor het cultureel ondernemerschap. Als ik me goed herinner, zou zo'n onderneming 15 % van haar inkomsten zelf moeten binnenhalen. Bij ons is het andersom. Dus laat dat gemmer over subsidie alsjeblieft ophouden.

Droog is opdrachtgever, een bedrijf dus. Nee, we zijn een platform voor vormgeving. Luister, ik was al veel langer bezig met het promoten van ontwerpers uit Nederland, maar wilde ermee stoppen omdat ik het in mijn eentje te zwaar vond worden en hield begin '93 een laatste happening in Paradiso. Hiervoor had ik, vanwege zijn behang met gaten, ook Gijs uitgenodigd. En toen ik hoorde van zijn plan om met studenten van de Design Academy naar Milaan te gaan, dacht ik: leuk, ik sluit me aan. Zo kwamen wij in '93 zonder enige vorm van organisatie, met een ad hoc verzon-

Renny Ramakers in het nieuwe Droog-pand in de Staalstraat: het pand werd bewust niet verbouwd, maar volledig (!) geschilderd door Franck Bragigand

nen naam in Milaan terecht. En heel Milaan stond op zijn kop. Toen we in '94 voor de tweede maal gingen, hebben we een stichting opgericht. In '95 zeiden we tegen elkaar: "We moeten uitkijken, tot nu toe hebben we kunnen putten uit een reservoir vanaf '88, maar hebben we voor volgend jaar wel voldoende goed werk?" '88? Jazeker, 1988. Wanders stapellampenkapje stamt uit dat jaar, en dat is het eerste signaal geweest. Van een tendens, een nieuwe benadering, van het opnieuw kijken naar en gebruik maken van dingen uit de alledaagse cultuur. Tejo Remy, Piet Hein Eek, allemaal hetzelfde verhaal.

En die bron dreigde droog te vallen? Nee, nou ja, dankzij die eerste succesvolle jaren werden we wel heel erg sterk geassocieerd met recycling, met eenvoudige spullen. En van dat imago wilden we af, want daar ging het niet om. Waar we ook vanaf wilden, was van het idee dat we een ontwerperscollectief zouden zijn. Dus besloten we te beginnen met organiseren van opdrachten. Dry Tech bijvoorbeeld. Na verloop van tijd kwamen er opdrachtgevers bij ons aankloppen.

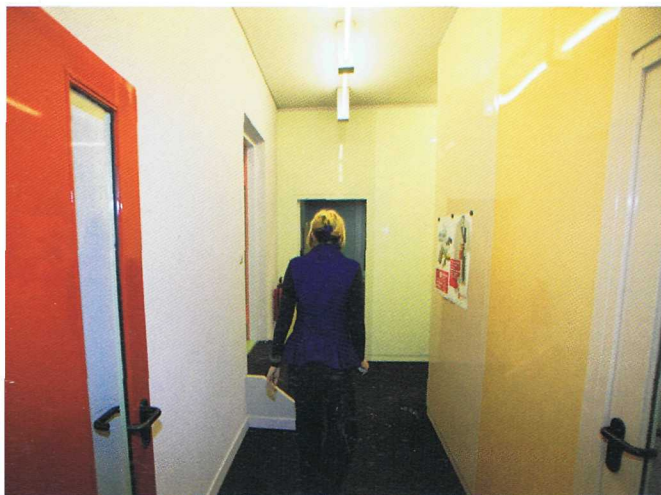
Dry Tech was een Droog-project? Ik heb wel anders horen beweren. O? Ach ja, er wordt zoveel over ons beweerd wat niet klopt. Ik zal je precies vertellen hoe het is gegaan. Yvonne Brentjens schreef een artikel over experimentele hightech stoffen

een andere fabrikant. Niet alleen voor Cappelini trouwens, er zijn ook andere producten terechtgekomen bij derden. Tegenwoordig betalen we voor elk ontwerp en maken een contract op met de ontwerpers.

Een breuk met DMD, het faillissement van The Product Matters, tot nu toe is produceren geen rim-pelloze geschiedenis. Nu wagen jullie met een eigen BV een nieuwe poging. De snelheid waarmee tendensen elkaar opvolgen staat in geen verhouding tot de lange adem die nodig is voor het ontwikkelen van producten. Waarom dan toch al die moeite? En als je

bedenkt dat de nieuwe BV voorlopig verliesgevend blijft en we onszelf hebben voorgenomen voortaan alleen producten op de markt brengen die aan alle NEN-normen voldoen... En tóch willen we het doen. Ik voel het als verplichting tegenover de ontwerpers – we nodigen hen uit om een ontwerp te maken, betalen daar weliswaar voor, maar voor hen is het pas werkelijk interessant als het ook in productie komt. Daarnaast vind ik een collectie die louter uit prototypes bestaat niet geloofwaardig.

En nog iets, het hele proces houdt je met je voeten op de grond. Als ik zie hoe je een half jaar bezig kunt zijn, met het vinden van het juiste snoetje...



“Dat ik in de architectuur, kunst, vormgeving van nu vergelijkbare mentaliteiten aantref, vind ik opwindend.”

in Items, waarvan ik destijds hoofdredacteur was. En ik dacht toen, wat zou het aardig zijn als we die bevindingen ook op andere terreinen kunnen uitproberen. En ook: zou het niet interessant zijn om een ambachtelijke benadering op die nieuwste technieken los te laten. Ik heb er zelfs nog in een redactioneel op gezinspeeld. Via Ed van Hinte die toen lid van de redactie was en ook een belangrijke rol in dit project heeft gespeeld, kwam ik bij Adriaan Beukers terecht. Droog, niemand anders dus, heeft toen samen met hem een workshop opgezet. Marcel Wanders, Jurgen Bey, Jan Konings, Hella Jongerius en Martijn Hoogendijk deden mee. Het is behalve een goed ook een vruchtbaar project geweest. De knotted chair van Wanders, de knitted lamp van Jongerius en de cocoon chair van Bey zijn opgenomen in de Droog-collectie.

De knotted chair zit toch in de collectie van Cappelini? Ook ja, ook. In het begin was het allemaal liefdewerk oud papier wat Gijs en ik deden. De ontwerpers kregen niet betaald en wij stelden geen contracten op.

Toen DMD, het bedrijf dat onze producten destijds produceerde, het er wat de macraméstoel betreft een beetje bij liet zitten, koos Wanders eieren voor zijn geld en is met Cappelini in zee gegaan.

Au? Heel jammer ja, maar niets aan te doen. Eigenlijk maken we door de knotted chair toch in de collectie te houden, reclame voor

Daar hou jij je mee bezig? Alsjeblieft niet, als het te technisch wordt ben ik weg. De BV onder leiding van Hein Schutte opereert zelfstandig. Maar in verband met de kwaliteitsbewaking hebben we eens per week gezamenlijk overleg. Eindelijk doen we het zelf, dat hadden we veel eerder moeten doen.

Zelf? Het Droog-label is volledig zelfstandig zeg je niet. Dat is ook zo. Maar als art director hebben Gijs en ik de eindverantwoordelijkheid voor de vormgeving van het uiteindelijke product.

Gaat Droog BV de From Lille with Love-ontwerpen produceren? We zijn bezig met de parasol met bladermotief die Chris Kabel met de kantindustrie ontwikkelde. Wat de andere ontwerpen betreft, als de fabrikanten bij wie nu het exploitatierecht rust er niets mee doen, wie weet.

De Droog-collectie bevat nu zo'n 160 producten, wanneer nemen jullie een product op, wat zijn de selectiecriteria? Wij hebben geen criteria. En dat is heel fijn.

Zonder strikte criteria is het mogelijk om door vastgeroeste opvattingen te breken. Zo houd je de zaak levend.

Ik zat ooit in een jury waar over de rubber vaas van Jongerius werd gezegd 'Hier wordt een vorm die uit de keramiek stamt gebruikt

voor kunststof, not done dus'. De vaas werd toen afgewezen, dóódzonde.

Maar het hoe en waarom precies valt niet uit te leggen...? Het verhaal moet kloppen. Waar gaat het product over en is de uitwerking passend? In Milaan betrap ik me er soms op dat ik als ik iemand rondleid, bij bepaalde producten vastloop in mijn verhaal. Dan klopt er iets niet. Maar zelfs als pats-boem duidelijk is dat we iets in de collectie willen, dwingen we onszelf om heel precies te formuleren wat we van het product vinden. Het is heel simpel: wij lezen en reizen veel en als we interessante dingen zien waarbij verhaal en uitvoering op elkaar aansluiten, dan nemen we het op in de collectie.

Kun je een voorbeeld geven hoe dit bij een recent Droog-product ging? We zijn nu bezig met Timepieces van Itay Noy. In dit project, dat handelt om het fenomeen tijd, worden oude of kapotte horloges en klokken weer 'bij de tijd' gemaakt. Als je je horloge inlevert, zorgt de ontwerper ervoor dat het uurwerk een extra visuele dimensie krijgt én wordt gerepareerd. Interessant vind ik dat hij het begrip tijd op verschillende manieren interpreteert. Het gaat hier om tijd die voorbijgaat en om de aanduiding van tijd in een en hetzelfde product. Belangrijk in dit project is ook het directe contact tussen ontwerper en gebruiker.

conceptuele ontwerpen moet toelaten in de vormgeving en niet moet afdoen als kunst en dat vind ik nog steeds. Ze genereren discussie en inspiratie.

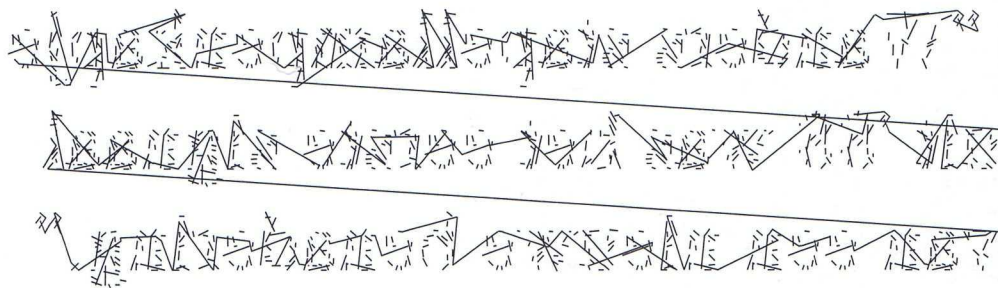
De tijd verandert en mijn inzichten ontwikkelen zich. Dat ik in de architectuur, kunst, vormgeving van nu vergelijkbare mentaliteiten aantref, vind ik opwindend. Eerlijk gezegd interesseert het me op dat moment geen moer of het kunst danwel vormgeving is.

Tegelijk is het toch weer wél interessant om te zien hoe die vergelijkbare mentaliteiten in daden worden omgezet. Neem de mollen-slofjes van Van der Lubbe en Van Eijk. Ik kan er in de kunst equivalenten voor vinden, maar het blijft vormgeving.

Interessante materie dit. De overgangen of juist de grenzen, dat zijn de spannende gebieden.

Droog staat aan het hoofd van de IM-Masters opleiding van de Design Academy. Droog is, met haar wereldwijde bekendheid en groeiende reeks opdrachten, misschien wel het platform voor vormgeving in Nederland. Is dat niet een beetje incestueus? Waarom? Wij bieden een programma dat losstaat van Droog.

Een conceptuele en contextuele benadering waarin onderzoek centraal staat. De studenten zijn nu bijvoorbeeld bezig met thema's als water en natuur.



Maar hoe kan behandeling-op-afpraak nu in productie worden genomen? Dat kan ook niet, Droog zal ook nooit puur een productiebedrijf worden. Niet elk product in de collectie wordt noodzakelijkerwijs in productie genomen. Sommige zullen eeuwig prototypen of unica blijven.

Sinds '95 neemt Droog ook opdrachten aan. Het begon met Rosenthal die ons uitnodigde voor een project. Wij stelden voor om het chique-tuttige imago van porselein te veranderen. Inmiddels werkten we voor onder meer Bang & Olufsen, WE, Mandarin Duck, Valli & Valli, Levi's en British Airways.

Wie doet wat bij deze opdrachten? Gijs en ik zoeken één of meer geschikte ontwerpers en houden als art director de eindverantwoordelijkheid.

Tot besluit van je essay in 'Spirit of the nineties' hou je een lofzang op het experiment. Maar tegelijkertijd spreek je je uit om de resultaten toch vooral in de context van vormgeving te presenteren. Kijkend naar Open Borders, nu zes jaar later, lijkt je dit te hebben losgelaten. Van Remy's ladenkast werd destijds gezegd, en ik hoor het trouwens nog steeds, dat het geen vormgeving zou zijn maar autonoom werk, kunst. Ik vond het wel degelijk vormgeving, het reageerde namelijk op vormgeving. Ik vond dat je dergelijke

Maar de afstudeerprojecten worden als Masterpieces in jullie pand in Amsterdam gepresenteerd. En dat zou je dankzij jullie bekendheid best kunnen beschouwen als een lancering. Prima toch?

Maar waarom worden niet alle afstudeerders gepresenteerd? We hebben gewoon de beste gekozen, dat lijkt me volkomen legitiem. Wij zijn wars van poldermentaliteit, wij maken keuzes. En trouwens, we presenteerden geen nieuwe Droog-designers. Die bestaan namelijk niet.

Wat willen jullie de studenten bijbrengen? Wij leren hun om niet zomaar producten te maken maar conceptueler en contextueler te werk te gaan. Op dit 'out of the box-denken' komen studenten uit de hele wereld af. Het grappige om te zien is dat juist die buitenlandse studenten, die vaak een degelijke rechttoe rechtaan ontwerpopleiding achter de rug hebben, aan deze manier van werken moeten wennen. De Nederlandse studenten begrijpen het veel sneller.

Die nadruk op het conceptuele oogst nogal wat kritiek. Te weinig productie- en marktgericht, zouden we zijn. Deze kritiek komt bijna altijd van mensen die realistisch bezig zijn of zouden willen zijn. Deels lijkt het jaloezie, het experiment krijgt nu eenmaal veel meer media-aandacht. Voor mij is het 'en en', niet 'of

of'. Kijk naar de mode, het één kan niet zonder het ander, dat zie je daar heel duidelijk. En laten we wel wezen, op dat zogenaamde realisme valt ook wat af te dingen: neem Ikea, een bedrijf dat een groot publiek bedient maar gewoon alles jaf wat los en vast zit.

Hoe Dutch is Droog eigenlijk? In de beginjaren van Droog heb je herhaaldelijk de geworteldheid in de Hollandse cultuur benadrukt. Klopt. Destijds was er bij jonge Nederlandse ontwerpers een specifieke, heel droge, mentaliteit aanwezig, maar de laatste jaren herken ik die ook bij sommige buitenlanders. Wij hebben er niet het patent op. Het is hier misschien wel sterker aanwezig. De term 'Dutch design' zegt mij tegenwoordig niet meer zo veel. Maar ik ben hierin wel een beetje dubbel. De Dutchness die Aaron Betsky in zijn boek False Flat beschrijft, herken ik helemaal. Toch ik kies er nu voor om Dutchness niet te zeer naar voren te brengen. Neem de Bar Europe in Brussel bijvoorbeeld. Deze zou een echt Nederlandse identiteit moeten hebben. Omdat Nederland naar het buitenland altijd open is geweest en ik vind dat dat zo moet blijven, hebben we stoelen uit de 25 lidstaten in de bar geplaatst.

Julie laatste presentatie in Milaan stond in het teken van Slow, veel mensen vonden het een beetje

van haar project met vergeten groente de hapjes heeft ontworpen en Hansje van Halem die alle teksten in de ruimte, inclusief de menukaart, heeft geborduurd.

Zie je, onze Go Slow-presentatie was een mengeling van nieuwe ontwerpen met dingen die er al waren. Inmiddels hebben we op uitnodiging van Tokyo Designersblock in Tokio gestaan en in het Victoria & Albert Museum, beide geheel betaald. Daarmee is de respons op ons werk wel bewezen lijkt me.

Gaat Droog in de toekomst door met Slow? Nee, dat is iets wat weer overwaait. Hoewel, er zijn nu serieuze plannen in Tokio om een permanent Go Slow-restaurant volgens ons concept te vestigen.

Droog zou zijn opgedroogd, hoe klinkt dat in jouw oren? De woordspeling is beslist grappig maar verder is het onzin. 'Conceptueel is uit' wordt er bijvoorbeeld wel geroepen, maar dat zie ik helemaal niet.

Wat zie je dan? Ik zie dat de jongste ontwerpers andere topics bij de kop nemen, maar vanuit eenzelfde soort denken. Bijvoorbeeld de radiator van Joris Laarman. Zo'n element heeft veel straaloppervlak nodig, waarom dan geen leuke vorm ervoor bedacht? Deze verwarming laat zien dat iets er niet functioneel hoeft uit te zien om functioneel te zijn, terwijl iets wat er functioneel uitziet niet altijd

Wanders stapellampenkopie
uit '88 was het eerste signaal
van een nieuwe benadering.



tendentieuze, modieuze toestand. Dat is steeds zo: wij pikken iets op, bouwen het uit en dan blijkt het ineens te leven. Het begon allemaal met Praoranuj Siridej, een student van de mastersopleiding die de kwaliteiten van het ouder worden – onder meer het langzamer maar met meer aandacht worden – promootte middels een door ouderen gedreven restaurant. Wij hebben dat concept in samenspraak met de student opgepakt en er een andere draai aan gegeven.

Maar er bestaat al jaren een Slow Food-beweging. En er is Slow Music, Slow Sex en ook Slow Reading en Slow Journalism. Zo origineel was het niet om met Slow te komen. Het begrip Slow is vooral door het recente boek van Carlo Petrini populair geworden. Toen wij met het project begonnen kende ik alleen Slow Food. Ik heb ook contact met hen gezocht, maar ze hadden geen belangstelling om mee te doen. Aan de Go Slow-presentatie in De Kunsthal hebben ze overigens wel meegewerkt. Wij vonden het heel belangrijk om midden in de hectiek van de meubelbeurs – iedereen rent rond om zoveel mogelijk presentaties in zo kort mogelijke tijd te zien – een presentatie te houden die rust, traagheid en aandacht uitstraalt en processen zichtbaar maakt. We hebben toen SLOOM gevraagd om een installatie neer te zetten, zij kwamen met Marije Vogelesang die op basis

functioneel hoeft te zijn. Ik herken hierin de volgorde eerst het concept, dan de techniek. Nee, conceptueel kan nooit uit zijn.

Weet je, Droog kiest ook vaak voor de ironie. Twee jaar geleden in Milaan bijvoorbeeld met de Pantone-bekers, en de T-shirts met oplopende prijskaartjes. De hele installatie was opgebouwd uit flesjes droog water die we aan bezoekers verkochten, zodat ze konden meehelpen aan het afbreken van de presentatie. Zo gaven we commentaar op het fenomeen branding, haha. Dit project, dat helemaal gaat over de waanzinnige hoeveelheid keuzes waar de consument van nu voor staat, werd door lang niet iedereen begrepen. En elke keer weer valt me op hoe oppervlakkig de Nederlandse pers in het algemeen reageert. Als er geen echte producten te zien zijn, is het al snel niet meer interessant. De buitenlandse pers pakt onze presentaties over het algemeen zeer goed op. Domus bijvoorbeeld besteedde maar liefst 18 pagina's aan onze presentatie in Lille. En ook nog eens prima inhoudelijk neergezet. Dat deed ook het Franse dagblad Liberation, dat ons al vanaf het begin volgt.

Destijds schreef je: 'na tien jaar is Memphis een maniertje geworden.' Dat overkomt Droog niet? Het kan geen manier zijn of worden. Memphis stelde destijds het belang van decoratie aan de orde maar bleef uiteindelijk hangen in vorm, kleurtjes en stapelingen. In een eigen Memphis-stijl dus. Bij

ons gaat het om concepten. En ontwerpers kiezen steeds weer andere invalshoeken. Al zijn er natuurlijk ontwerpers die er een manier-tje van maken, maar dat houdt je altijd. En dan nog wat, het klinkt alsof wij het allemaal bedenken. Wij kijken naar wat jonge ontwerpers doen, zij bedenken het.

Succes all-over, een groot nieuw pand, een nieuwe website, een stroom opdrachten, subsidie. Kun je je voorstellen dat sommigen het een beetje irritant vinden? Nee, dat snap ik niet. Ik vind het benepen, ronduit benepen. Droog is nu elf jaar bezig, Gijs, ons team en ik hebben al die tijd keihard gewerkt, waarvan de eerste zes jaar voor nop. Ik kom net terug uit Hannover waar ik in de jury zat voor de IF-award, als je ziet met hoeveel respect we daar benaderd worden. En in Nederland houdt de achterklap maar aan. Maar we horen de roddels nooit rechtstreeks, wat wordt er eigenlijk nog meer gezegd?

Dat jullie eerste klas naar Tokio vliegen terwijl de ontwerpers hun prototypes zelf zouden moeten betalen. Wat? Ik word hier bijna boos om. Wij betalen voor ieder ontwerp, voor elk prototype. Wij nemen steeds de risico's, de ontwerper wordt altijd betaald ook al gaat de opdrachtgever failliet en schieten wij er bij in. En als we eens business class vliegen dan is dat

Wat ga je doen na je pensioen? Wie zegt er dat ik met pensioen ga? Dóórgaan, ik heb het gevoel dat ik net bezig ben. Ik heb nog zoveel plannen.

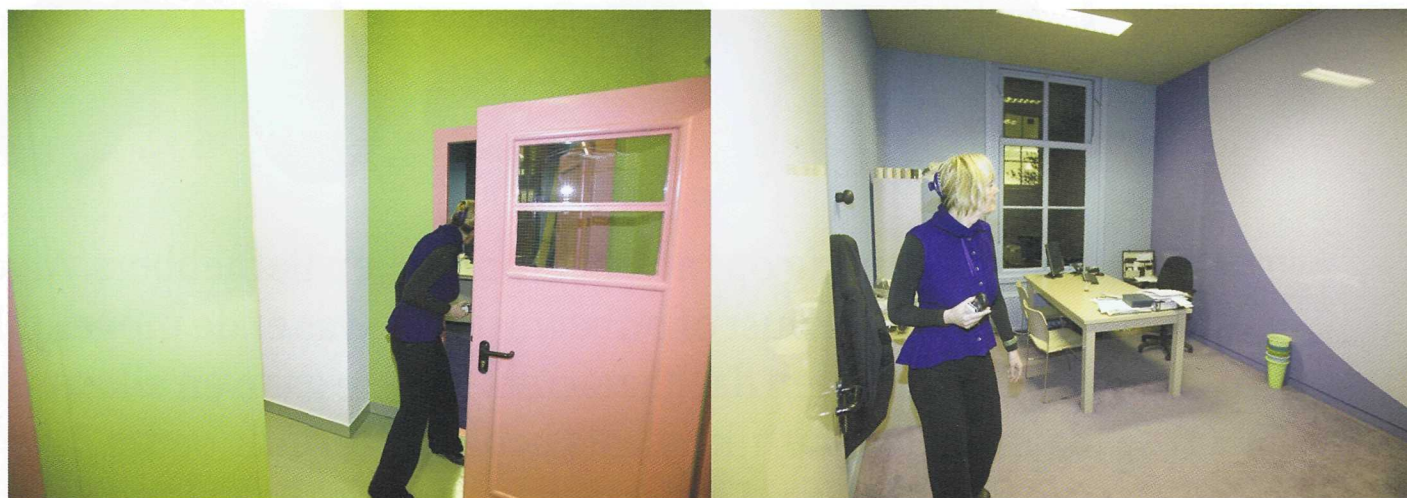
Zoals? Die heb ik niet, die krijg ik. Ik ben een mens van de dag.

Vandaag ontstaat er iets, morgen vloeit daaruit iets voort. Zolang dit zo blijft en zolang ik me blijf verbazen over het talent van jonge ontwerpers, heb ik echt geen zin om in de tuin te gaan werken of zo.

Wat is de kracht van Droog? Dat het niet geleid wordt door een stichting met commissies, maar door twee individuen die in alle vrijheid hun neus volgen. ^{fin}

Simply Droog,
10 + 1 jaar
Gemeentemuseum
Den Haag, te zien
tot 13 februari

Catalogus: 'Simply
Droog, 10 + 1 years of
creating innovation
and discussion', redac-
tie Renny Ramakers,
ontwerp Thonik, uit-
gave van Droog Design



op uitnodiging, of omdat we de vlucht met onze KLM punten upgraden omdat we voor een lezing fit moeten zijn. Welke vlucht moet dit zijn geweest? Hoe komen dit soort kletspraatjes in hemelsnaam in de wereld?

In de catalogus bij Open Borders staat bij elk van de 85 projecten 'how' en 'why'. Zou je dat voor Droog ook kunnen formuleren? Dan begin ik met 'why', dat voelt logischer. Uit persoonlijke gedrevenheid en omdat we een inhoudelijke benadering en het experiment belangrijk vinden. Het gaat in de vormgeving bijna altijd om vorm, functie en verkoopbaarheid. Dat vinden wij niet genoeg. We richten ons op creatie, innovatie en debat. Zo staat het in onze beleidsstukken, beter kan ik het niet formuleren.

Bij het jureren in Hannover, waar ze sinds kort een aparte categorie 'concepten' hebben, viel me op dat er zo weinig poëzie in het meeste ingezonden werk zat. Dat motiveert me enorm om inspirerend bezig te willen zijn.

Dan nu 'how': kijk maar op de website of in het boek Simply Droog, daar staat het allemaal in.