

Hella Jongerius in Boijmans

De Decision Reality Show



Frog Table (Natura Design Magistra) 2009
Walnotenhou, blauwe semi-transparante coating, 120 x 210 x 105 cm
foto: Fabrice Gousset, courtesy Galerie kreo
Gelimiteerde Editie (8+2 A.P.+2 prototypes), opdracht en productie: Galerie kreo

In veel ontwerpen van Jongerius wordt de relatie tussen gebruikers en de producten waarmee zij zich omringen gethematiseerd. In Frog Table is de kikker wat je noemt een statement over de betekenisvolle kracht van decoratie in design.

De Soft Urn uit het begin van de carrière van Hella Jongerius is een mission statement gebleken. Vanaf de Soft Urn zou de leidraad van haar werk gevormd worden door twee dingen: de integriteit van aanpak en ontwerp, en de afleesbaarheid van materiaal en werkwijze in het product.

Soft Urn, 1993
Zachte natuurlijke Polyurethaan, 23 x Ø 21 cm
Productie Jongeriuslab

Soft Urn heeft weliswaar een conventionele vaasvorm, maar is gemaakt van een uiterst onconventioneel materiaal voor vazen. De keus daarvoor werd ingegeven door een onderzoek naar een materiaal dat de sporen van zowel het maakproces als van de gebruiker zou dragen. De handgemaakte vaas kreeg al snel een cultstatus binnen het conceptuele Dutch Design en wordt nog steeds verkocht via Droog Design, evenals de in hetzelfde jaar ontworpen (maar niet handgemaakte) Soft Vase.



Met die eerste prachtige vaas, vervaardigd uit gegoten PU rubber, toonde zij zich ogenschijnlijk een rechtgeaard kleinkind van de eerste grote modernisten uit de negentiende eeuw, Gottfried Semper en John Ruskin. Toch was het de Soft Urn nauwelijks gegund zijn bijzondere eigenschappen in de praktijk ten toon te spreiden. De vaas die zijn bij uitstek tactiele kwaliteiten prijsgaf bij persoonlijke aanraking, de vaas die door veelvuldig gebruik de band met de gebruiker zou versterken, de vaas die zijn schoonheid toonde in weloverwogen imperfectie, juist die vaas veroverde de wereld voornamelijk in glossy woonbladen en afstandelijke museumvitruines. Op een enkele woonstijlist, galeriehouders of museumcurator na, heeft vermoedelijk niemand in die heroïsche beginjaren de vaas ooit in handen gehad. De ontwerper zelf verzuchtte wel eens dat die vaas helemaal niet gemaakt had hoeven worden en dat een op bordkarton geplakte foto de verspreiding onder woonstylisten nog veel meer had gestimuleerd. Dat paradoxale succes was niet in de eerste plaats te danken aan de intrinsieke kwaliteiten van de vaas, maar aan de symbolische wijze waarop Jongerius haar artistieke punt maakte. De vaas had zelfs op de grofstoffelijke krantenfoto nog overdreven gietnaden en representeerde in alles en van mijlen ver zo'n beetje het tegendeel van een willekeurig interieurproduct met welvaartsglans. Met een hernieuwde aandacht voor ambachtelijkheid als vehikel, claimde Jongerius er de schoonheid van de imperfectie mee. Toch vormden vooral de prikkelende tegenstrijdigheden van de vaas de aanzet tot het wereldwijde succes ervan als icoon van de ontluikende generatie autonome vormgeving van de jaren negentig. Het opake, zachte rubber verwees – vooral op foto's – naar het klassieke albast. De generieke vorm op zijn beurt leek een afspiegeling van het overbekende, handgevormde keramiek, regelrecht afkomstig van het pottenbakkerswiel. Maar Jongerius voorzag die ambachtelijke oervorm juist van de vette gietnaden van de goedkope massaproductie. Rommelig gegoten kunststof met gietnaden is voor de burgerman een onweerlegbaar teken van goedkope imitatie. En in de vroege jaren negentig vatte de culturele elite de afwijzing van dergelijke ostentatieve lelijkheid door de consumerende middenklasse op als een kader voor een nieuwe schoonheid. Jongerius op haar beurt begreep maar al te goed dat een toekomstige opgave van het ontwerpvak ergens lag in het spanningsveld tussen ambacht en industrie, of toch ten minste in kwaliteiten die daarmee te maken hadden.

Co-branding

In 2005 vroeg het Zweedse warenhuis IKEA aan Hella Jongerius om enkele ontwerpen te leveren. Ondanks haar bedenkingen bij het gestandaardiseerde aanbod van het grootste meubelwarenhuis ter wereld zegde Jongerius toe. Ze stelde zichzelf de opgave

De Jonsberg vazen waren een toetsing van het bestaansrecht van Dutch Designideeën in de wereld van winkelstraat en verzendcatalogus.



Backpack Sofa, 2007
Notenhout, polyester, wol,
katoen linnen, banden
115 x 195 x 39 cm
Productie Jongeriuslab and
Galerie kreo, Parijs, limited
edition

Backpack Sofa refereert aan de keuzemogelijkheden en opties van rondreizende rugzakkers. Het bieden van keuzemogelijkheden is een terugkerend thema in het werk van Jongerius.

Een archetypische vorm werd in vier keramische technieken uitgevoerd die, met de respectievelijke decoraties, verwijzen naar Europa, Afrika, Azië en Rusland. Dergelijke tijdrovende ambachtelijkheid kan alleen tegen betaalbare prijzen worden uitgevoerd in opdracht van een producent die in grote oplages kan produceren en distribueren.

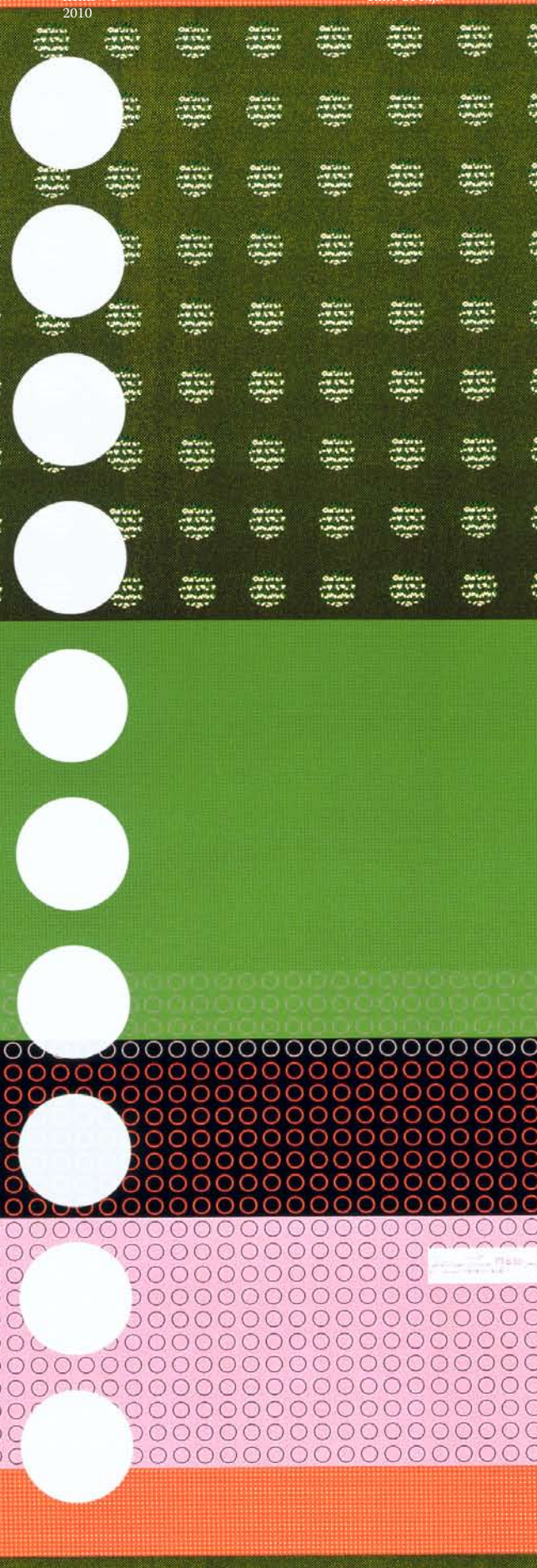
om persoonlijke ontwerpen te maken en te kijken in hoeverre haar ideeën gerealiseerd konden worden door een wereldwijd opererend meubelbedrijf. Het bericht dat Jongerius voor IKEA aan de slag ging zoemde al snel rond in de designwereld. De opwinding erover zou niet bij alle beroemde Dutch Designers zo hoog zijn opgelopen. Een ontwerper als Richard Hutten had zonder ophef voor IKEA kunnen ontwerpen. Sterker nog, er bestonden al Richard Huttentafels bij IKEA voordat Richard Hutten zelf Richard Huttentafels maakte, dus een samenwerking met hem was ongetwijfeld minder spraakmakend geweest. Waarom was men nu dan wel opgewonden over een interieurbedrijf dat een productontwerper vier vazen laat ontwerpen? Zulks was ooit de gewoonte van de wereld, maar kennelijk was de daadwerkelijke combinatie van highbrow Dutch Design en een commercieel opererende producent een prikkelende nouveauté. Op de keper beschouwd had Jongerius' opdracht voor IKEA alle kenmerken van wat we sinds toen co-branding noemen, een vaak *onverwacht* samengaan van twee bedrijven met een sterk merk, teneinde van elkaars expertise en vooral uitstraling gebruikt te maken. We herinneren van onze nationale lampenfabriek Philips misschien nog wel het beoogde samengaan met Nike (mislukt), met Nivea (een haperend succes) en met Douwe Egberts (een daverend succes). Zijn deze samenwerkingen niet in de laatste plaats functioneel, internationaal bestaan er ook combinaties die slechts voor merk en uitstraling bedacht zijn, denk aan de coffee-bars van Starbucks in sommige Amerikaanse vestigingen van de ING-bank. In de mode is H&M een sterk voorbeeld, met de limited collecties van beroemde ontwerpers als Lanvin, Viktor & Rolf en Karl Lagerfeld. En ook in de architectuurwereld duikt het fenomeen van tijd tot tijd op: Guggenheim deed het met Frank Gehry, Prada met Rem Koolhaas en de Rooms-katholieke kerk met Michelangelo.

Styling object

Dat het onverwacht samengaan van een ontwerper en een woonwinkel tot opwinding zou leiden, zegt weinig over de opdracht, maar des te meer over de designwereld en de geïsoleerde positie waarin Dutch Design – en Hella Jongerius in het bijzonder – zich een aantal jaren geleden bevonden. De serie Jonsberg-vazen die Jongerius voor IKEA ontwierp is natuurlijk niet zozeer een exercitie in personalisering van de massaproductie. Elke fabrikant ter wereld laat immers in het Verre Oosten zijn vazen of wat dan ook vervaardigen en meestal gebeurt dat ook gewoon met de mond of hand. En net zo min als bij de vazen van Jongerius hebben de uitvoerenden ook maar enige interesse in welke invloed dan ook op het eindproduct.

Nee, de Jonsberg-vazen waren veeleer een toetsing van het bestaansrecht van Dutch Designideeën in de wereld van



**Repeat, Maharam, 2002**

Katoen, polyester, rayon, inkt, breedte 140 cm, sommige doeken hebben een print toplaag.
foto: Maharam

Repeat is het industriële vervolg van een thema dat Jongerius startte met B Set voor Koninklijke Tichelaar Makkum (1997): hoe individualiteit kan worden gecreëerd binnen een serieel productieproces. Repeat is een stofferingstextiel met een ongebruikelijk lang rapport (repeat), waardoor toeval ontstaat en de mogelijkheid om unieke exemplaren te creëren binnen één familie meubels. De patronen verwijzen naar het archief van de Zwitserse weverij waar de stoffen worden geproduceerd. Het ontwerp markeert de start van een samenwerking met de Amerikaanse textielabrikant Maharam.

winkelstraat en verzendcatalogus. Het succes van de Jonsberg-vazen bleek enorm. Het waren vooral zwart bebrilde veertigers en vijftigers die voor een relatieve grijpstuiver een echte Jongerius, wat zeg ik, een complete serie Jongeriusen, in hun bezit wilden krijgen. Geïnformeerd door de designglossies herkenden ze de naar IKEA-maatstaven gemeten buitenmodel vazen blindelings tussen de Billies en Klippans, zodat een extra naamsvermelding van de bekende ontwerpster simpelweg achterwege kon blijven. Tot afgrijzen van veel kopers liet IKEA het ook niet bij de eerste, al na enkele dagen uitverkochte serie, maar produceerde het bedrijf, zoals het dat gewoon is, eenvoudig dóór tot de vraag ophield. De paradoxale dynamiek van het exclusieve designobject in een wereld van goedkope overvloed ontging de meeste funshoppers en in veel gevallen ook de verkopers van IKEA zelf ("Nee meneer, die zijn alweer uitverkocht, ik begrijp ook niet waarom."). Toen de elitaire markt voor Jongerius' werk door IKEA eenmaal verzadigd was, hernamen de vazen een functie die Jongerius, waarschijnlijk tot haar ergernis, maar al te bekend voorkwam: dat van stylingobject. Tot op de dag van vandaag zijn ze in alle mogelijke opstellingen in de modelinterieurs van IKEA te vinden. De designvaas is er de laatste toevoeging in de categorie die ooit bestond uit bossen droogbloemen, wegwerptelevisietoestellen van kunststof en showbibliotheekjes met vederlichte encyclopedieën uit kunstleer en karton.

Ambacht en industrie

Jongerius voelde aan haar theewater dat een geslaagde interventie in het gestandaardiseerde aanbod van IKEA niet alleen een veel groter bereik van de producten, maar vooral een duidelijker boodschap over ambachtelijkheid en perfectie op zou leveren. Het is een intrigerend idee dat Jongerius en veel andere auteur-ontwerpers het ambacht bedreigd zien door de industrie. Jongerius wil ambacht niet alleen herontdekken, maar ook bevrijden van de industrie, of in ieder geval de kwaliteiten ervan heroveren op gestandaardiseerde productie. De aantrekkelijke spanning in de industriële producten van Jongerius is echter niet alleen het gevolg van de strijd met de industriële normen. Hij is veel meer nog gelegen in de paradox dat het idee van ambacht pas betekenis krijgt in relatie tot de industrie. Het hedendaagse idee van ambacht wordt immers niet alleen bedreigd door de industrie, maar is in al haar betekenissen in eerste instantie een gevolg ervan. Ooit was ambacht het geheel aan kennis en kunde, een *body of knowledge*, dat ambachtslieden als groep deelden en in de loop der jaren hadden opgebouwd en verbeterd. Het doel was immer een hoge graad van vakmanschap die zich uitte in volmaakte uitvoering en materiaalbeheersing. Juist met de industrie als contrapunt heeft Jongerius het ambacht nu omarmd als middel

Jongerius begreep maar al te goed dat een toekomstige opgave van het ontwerpvak ergens lag in het spanningsveld tussen ambacht en industrie.



Layers, Maharam, 2006
Wol, polyester, breedte 140 cm
foto: Maharam

Follow-up van de Paravent wandtapijten (2005). Iedere doek bevat twee lagen vilt, die aan elkaar verbonden zijn door een geborduurd patroon waarin 'misfits' schuilen. Sommige delen van de bovenlaag zijn weggesneden met behulp van een lasertechniek, waardoor de gelaagde structuur zichtbaar wordt.

tot imperfectie, waarbij het ambacht vooral om zijn symbolische kwaliteiten gebruikt wordt.

Toeval en experiment

De impact van de 'craftsy' aanpak bij het ontwerp van industriële producten is groter dan bij veel van Jongerius' projecten voor bijvoorbeeld galerie Kreo in Parijs of sommige van haar ontwerpen voor keramiekfabrikant Tichelaar te Makkum. Deze bedrijven geven ontwerpers soms opdrachten om producten te maken die in *one-offs* of in enkele stuks worden uitgevoerd en verkocht. In deze projecten hanteert Jongerius een beproefde modernistische stijlfiguur om de nieuwe kwaliteiten van het ambacht in stelling te brengen: het experiment. Het experiment was ooit middel tot uitbreiding van inzicht en kennis van het ambacht en natuurlijk ook van wetenschap. Allerlei kunstenaarsgroepen (De Experimentelen voorop natuurlijk) promoveerden in de loop van de twintigste eeuw het experiment van middel tot doel. Ze probeerden niet zozeer tastenderwijs een nieuw inzicht of nieuwe kennis te verwerven, maar ze kozen zonder voorbehoud voor het hanteren van een alternatieve aanpak en daarmee voor een dito positie van ontwerper- of kunstenaarschap. Het kan geen toeval zijn dat de titel van Jongerius' tentoonstelling, *Misfit*, over het algemeen niet alleen begrepen wordt als een (ambachtelijke) mislukking, maar ook de geuzennaam is geworden van een maatschappelijke drop-out. Onder de vlag van het experiment vestigden zich een aantal ontwerpavonturen waarvan Jongerius in de designwereld als geen ander gebruik maakt. In de textielontwerpen voor Maharam en vooral in de 'backpack' meubelen voor Kreo is dat een absurd aandoende, gearrangeerde toevalligheid. Nog duidelijker is haar voorliefde voor het onaffe product, dat naar haar zeggen door het open einde de verbeelding van de gebruiker stimuleert. Onafheid is ook een poging om een authentieke werkelijkheid te creëren, een verlangen dat speelt in allerlei cultuuruitingen. Critici van jazz en popmuziek bijvoorbeeld hebben bijna zonder uitzondering een voorliefde voor de verloren gewaande, gruisige geluidsopname, waarmee de gelijke productie impliciet van repliek wordt gediend. Natuurlijk weet ook Hella Jongerius wel dat haar aandacht voor ambacht een gesublimeerde variant is van de werkwijze van de onbewust opererende *vernacular designers* van weleer. Dorpssmid en schrijnwerker déden, terwijl Jongerius haar ambacht vooral bedenkt.

Reality show

Het verlangen naar echtheid wordt niet alleen door de culturele wereld maar door zowat het hele consumerende deel der natie gevoeld. Televisieprogramma's volgens het veelgebruikte format

Het verlangen naar echtheid wordt niet alleen door de culturele wereld maar door zowat het hele consumerende deel der natie gevoeld.

van *The Making Of* trekken juist vanwege de bloopers en het gedonder achter de schermen veel meer kijkers dan de uiteindelijk perfect uitgevoerde musical, het heerlijke recept of de gestroomlijnde modeshow. Het meest paradoxale voorbeeld van een dergelijke zoektocht naar een vermeend realisme is misschien wel het werk van de Nederlandse fotograaf Anton Corbijn. Met zijn achter-de-schermen-fotoboeken presenteert hij een geënsceneerde werkelijkheid achter de productie van films en fotoseries, die op zichzelf al een cliché van de rock & roll-rafelrand is. Maar zover laat Hella Jongerius het bepaald niet komen. Waar sommige Dutch Designers inmiddels hopeloos verzanden in de bedoelingen en de vormtaal van ambacht en experiment, blijft Jongerius haar oorspronkelijke mission statement waarmaken. Een scherp gesteld doel en een ambitie die gericht is op daadwerkelijke productie (zelf spreekt ze altijd van industrie) combineert ze met een onversneden modernistische integriteit die haar reality show op koers houdt. Temidden van de simulacra van ambacht en experiment koestert Hella Jongerius immers een oprecht verlangen naar authenticiteit. ♦

Hella Jongerius – Misfit
t/m 13-2-2011
Museum Boijmans Van Beuningen
Museumpark 18-20, Rotterdam
boijmans.nl



Meubilair bekleed met Repeat, 2002

Timo de Rijk is designhistoricus. Hij is hoofdredacteur van *Morf* en sinds augustus 2010 bijzonder hoogleraar Design Cultures aan de Vrije Universiteit Amsterdam



Hella Jongerius: Misfit
Louise Schouwenberg, Paola Antonelli, Alice Rawsthorn
Ontwerp Irma Boom
Phaidon, Londen, 2010
Geb, Eng, 308 p, ill in kleur, € 39,95
ISBN: 9780714859873 / ISBN: 0714859877

Polder Sofa, Vitra, 2005
Hout, synthetische schuimen, bekleding van diverse stoffen in 5 kleurversies of van leer in 2 kleurversies, XS/XL/XXL: 78x226x95 / 78x293x100 / 78x330x100 cm.
foto: Vitra

Polder Sofa is een mix van stoffen, kleuren, industriële elementen en ambachtelijke details. De naam en het ontwerp refereren aan het Nederlandse polderlandschap. Polder Sofa is het eerste industrieel ontworpen meubel van Jongerius, en vormde het begin van een nauwe samenwerking met Vitra.