

# redactioneel De echte wereld

Ooit was het vak van ontwerpers een bescheiden professie, vooral gericht op het functioneel en betaalbaar bij elkaar brengen van technische middelen en esthetische vorm. **1** De goede werking van het product stond voorop, of het nu om leesbaarheid van tekst ging of om gebruiksgemak van meubels of werktuigen. **2** Omdat dure gebruiksgoederen niet alleen een betere technische afwerking kenden, maar vaak ook rijker gedecoreerd werden of een eigenzinniger vorm konden krijgen, was het vooral in dit luxe segment dat ontwerpers ‘van naam’ voor het eerst op de voorgrond traden. Dat is eigenlijk nog steeds zo, en zo heeft design steeds meer het aura van luxe gekregen. Daar is al vanaf de geboorte van het vak, in de jaren twintig van de vorige eeuw, kritiek op gekomen. Ontwerpers zouden zich bij hun dienstbare leest moeten houden en nuttige betaalbare producten vormgeven die industrieel gemaakt konden worden. In die vooral door sociaal geïnspireerde modernisten aangehangen visie waren ontwerpers meer probleemoplossers voor het volk dan merknamen die de marktwaarde van een product konden verhogen. **3** Een belangrijke vertegenwoordiger van die stroming was Victor Papanek, die het er in 1971 met zijn boek *Design for the Real World* nog eens stevig inwreef: het meeste dat ontwerpers maken is bedoeld voor een kleine markt van luxeproducten, terwijl de behoeftes van mensen met gebrek aan eten, onderwijs, woningen of werktuigen geen aandacht van ontwerpers krijgen. Papanek was een kind van zijn tijd, de linkse jaren zestig en zeventig waarin ook anderen vergelijkbare oproepen deden. In het *First Things First* manifest uit 1964 bijvoorbeeld, riep de Britse grafisch ontwerper Ken Garland zijn collega's aller landen op zich minder met “designer cat food” en meer met echte problemen bezig te houden. We horen echo's van deze voorvechters in de leuzen over de 99% die nu op beurspleinen overal ter wereld worden geroepen, en ook in de toenemende belangstelling voor social design.

Aan de andere kant is er in het ontwerpen een opmerkelijke opleving te zien van aandacht voor kostbare ambachtelijke

productiemethoden. **4** Toch kun je ook de aandacht en kunde die handgemaakte producten vergen zien als een poging dichterbij de ‘echte wereld’ te komen, namelijk die van de menselijke relatie tussen maker, artefact en gebruiker. **5** Voor wie er oog voor heeft, is niet alleen de technische virtuositeit van een goede ambachtsman te herkennen in zijn product, maar ook het kennelijke plezier dat hij in het maken ervan heeft gehad. **6** Dat schept een band, niet alleen met een product, maar ook tussen mensen. Voor de industrie is het zaak een goede balans te vinden tussen relatief anonieme massaproductie en de groeiende roep van kritische consumenten om producten die voor meer mensen meer relevant zijn. **7** Van opdrachtgevers en ontwerpers wordt verwacht dat zij zich iets van de problemen van de echte wereld aantrekken, zoals milieu, duurzaamheid, sociale rechtvaardigheid en toegankelijkheid. Ook de rol van de ontwerper verandert daarbij, namelijk van al of niet bescheiden vormgever van een merk naar vertegenwoordiger van een publiek dat vindt dat de industrie ook een verantwoordelijkheid heeft. Niet alleen om things beter te maken, maar ook de wereld. In die echte wereld moeten er nieuwe relaties gevonden worden tussen ‘luxe’ en ‘basis’, tussen kleinschalige ambachtelijke manufactuur en grootschalige massaproductie. **8** Veel vooral jonge ontwerpers zoeken die nieuwe relatie in vlottende samenwerkingsverbanden, waarbij ze per ontwerpprobleem nieuwe combinaties van expertises, visies en schaal zoeken. **9** Of ze dat nu in een open source omgeving doen, waarin inzichten gaandeweg tot oplossingen leiden die door iedereen gemaakt kunnen worden, of als freelance teams die de industrie aan nieuwe visies en methoden kunnen helpen, het leidt tot producten die niet meer aan één auteur toe te schrijven zijn, en die soms zelfs geen producten in de ouderwetse zin meer zijn. Een tendens die Stefano Marzano, vertrekkend ontwerpdirecteur van Philips, al in zo'n twintig jaar geleden verwoordde toen hij stelde dat “designers meer ontwerpers van diensten zullen worden dan ontwerpers van objecten”. **10** Papanek en Marzano zijn, elk op hun eigen manier, visionairs die heel langzaam gelijk krijgen.

1. Chris Reinewald: “Een goede ontwerper ontwerpt zichzelf weg uit een product.”
2. Friso Kramer: “Het belangrijkste aan een goed ontwerp is toch dat je er op de lange termijn geen last van hebt!”
3. Victor Papanek: “Zolang er nog armoede bestaat heeft luxe productdesign geen bestaansrecht.”
4. Alexander van Slobbe: “Het wordt tijd wordt voor een nieuwe luxe die niet langer synoniem is aan decadentie en monopolisering, maar die staat voor een bepaalde wijze van werken waarbinnen ambacht en daarmee intelligentie, kennisontwikkeling, transparantie, traditie en innovatie een belangrijke plaats innemen.”
5. Robbert van Strien: “Sommige dingen lijken niet te zijn ontworpen en gemaakt door mensenhanden, maar wekken de indruk dat ze in een kil, gecontroleerd vacuüm zijn ontstaan.”
6. Bernie DeKoven: “Dat je vraagt waarom plezier goed is, is al een belangrijk politiek statement. Ik geloof dat het extreem relevant is, want als we samen plezier maken, ontstaat er een community.”
7. Stefano Marzano: “Als je te sterk anticipeert op de veranderingen, krijg je weinig of geen weerklank uit de samenleving. Ben je te traag dan zijn je proposities niet meer relevant.”
8. Gijs Bakker: “Niet de ambachtelijke werkwijze is het probleem, maar het gebrek aan een gedegen totaalvisie.”
9. Hans Gremmen: “Ik snap nog altijd niet goed waarom de buitenwereld ontwerpers altijd vast lijkt te willen pinnen op één specifiek gebied.”
10. Stefano Marzano: *Chocolate for Breakfast*, lezing, Glasgow 1993

## Items krijgt nieuwe vormgevers

Na drie jaargangen is dit de laatste *Items* in de vormgeving van Thonik. De vermaarde Amsterdamse ontwerpstudio heeft *Items* bij het aantreden van ondergetekende als nieuwe hoofdredacteur een vernieuwd gezicht gegeven, niet alleen op papier maar later ook op het beeldscherm in de vormgeving van *Items*' eerste echte website. Anders dan de meeste andere opdrachten bij Thonik is *Items* vanaf het begin door alle ontwerpers in de studio aangeraakt, in per nummer wisselende teams die telkens andere accenten legden maar die samen toch een zeer consistente, levendige en herkenbare vormgeving ontwikkelden. Ook als redactieleden hebben Thomas Widdershoven, Nikki Gonnissen en de ontwerpers van Thonik hun stempel gedrukt op vorm en inhoud van *Items*. Daarmee, en met hun steun in de woelige tijd rond de overname van het blad door de redactie in juni 2009, is Thonik ons zeer dierbaar geworden en is *Items* als blad geworteld in de studio.

Vanaf volgend jaar gaat *Items* zijn vierde decennium in, vormgegeven door een jong team van drie ontwerpers: Barbara Hennequin, Jeremy Jansen en Rob van den Nieuwenhuizen, samen optredend als Almanak. Niet alleen wat vormgeving betreft, ook qua inhoud gaat *Items* vernieuwen, in een tijd waarin het culturele veld in Nederland zichzelf aan het herijken is. Op [items.nl](http://items.nl) zal hierover binnenkort meer te lezen zijn.

De redactie dankt Tijn Akkermans, Marieke Brommersma, Jeroen Bruijn, Pascal Brun, Simon François, Nikki Gonnissen, Jasper Jongeling, Milena Spaan, Remco Oude Alink, Femke Prins, Zigmunds Lapsa, John van den Munckhof, Sven Neitzel, Barteld Riemeijer, Thomas Widdershoven, en Wouter Widdershoven van Thonik die gedurende drie jaar hun talent hebben ingezet om *Items* mee te maken tot wat het moet zijn, al dertig jaar het beste ontwerpblad van Nederland.

– Max Bruinsma