

Regels ter Ontregeling

lessen uit de geschiedenis van het tegendraads ontwerp

Wouter Eggink



REGELS TER ONTREGELING

Lessen uit de geschiedenis van het tegendraads ontwerp

PROEFSCHRIFT

ter verkrijging van
de graad van doctor aan de Universiteit Twente,
op gezag van de rector magnificus,
prof. H. Brinksma,
volgens besluit van het College voor Promoties
in het openbaar te verdedigen
op vrijdag 23 september 2011 om 16.45 uur

door

Wouter Eggink
geboren op 18 juli 1972
te Zierikzee

Dit proefschrift is goedgekeurd door:

Prof. dr. JW. Drukker	promotor
Prof. dr. ir. A.O. Eger	promotor

Regels ter Ontregeling

lessen uit de geschiedenis van het tegendraads ontwerp

Proefschrift

door Wouter Eggink,
aan de faculteit Construerende Technische Wetenschappen van de Universiteit Twente.
23 September 2011

De Promotiecommissie:

Prof. dr. F. Eising	Universiteit Twente, voorzitter, secretaris
Prof. dr. JW. Drukker	Universiteit Twente, promotor
Prof. dr. ir. A.O. Eger	Universiteit Twente, promotor
Prof. dr. ir. F.J.A.M. van Houten	Universiteit Twente
Prof. dr. ir. W.A. Poelman	Universiteit Twente
Prof. dr. T.R.A. de Rijk	Vrije Universiteit Amsterdam
Prof. dr. ir. P.P. C.C. Verbeek	Universiteit Twente

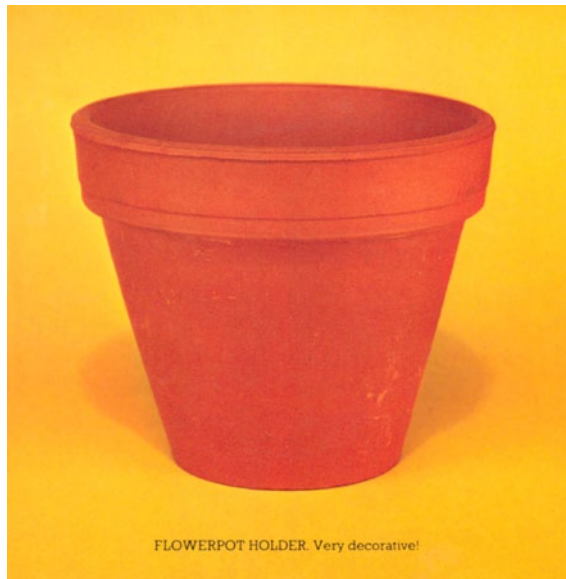
Trefwoorden:

Tegendraads ontwerp, Ontwerpgeschiedenis, Auteurgestuurd ontwerp, Postmodernisme

ISBN: 978-90-365-3223-5 / DOI: 10.3990/1.9789036532235

Copyright: Wouter Eggink - 2011

Afbeeldingen omslag: *Content Steaming*, door Riikka Latva-Somppi en *bonbonnière* door Saskia Eggink-du Burck (inzet).



Jacques Carelman – 'Bloempothouder' – 1969, uit: *Objets Introuvables: A catalogue of unfindable objects* (Carelman 1984: p.126).



Tegendraads ('Alle begin is moeilijk') product op de camping in Bretagne – 2008.

‘Onder kunsthistorici en designtheoretici is het bon-ton hun teksten met een citaat van een ander te beginnen.’ Christian Borngraeber in (Borngraeber & van der Geer 1986: p.5).

Toen ik een keer in Frankrijk op vakantie was, kwam er bij de receptie van de camping waar we toen verbleven een Nederlands jongetje binnen, samen met zijn vader. Het jongetje was nogal nieuwsgierig aangelegd en sowieso voorzien van een scherpe opmerkingszin. Hij vroeg nogal wat aandacht van zijn vader met opmerkingen als ‘Kijk papa, wat een rare deur hebben ze hier’ en ‘Wat een rare sleutel’ en ‘Wat een rare stoel’. Zijn vader probeerde zich te concentreren op het inschrijven bij de camping en murmelde steeds wat onverstaanbaars. Nadat het jongetje ongeveer de halve inhoud van het vertrek “raar” had genoemd bleek zijn vader eindelijk een logisch weerwoord te hebben bedacht. Hij snoerde zijn zoon de mond met de wijze woorden; ‘Nee jongen, dat is niet raar, dat is anders.’

Dit voorval kwam steeds weer bij me op toen ik met dit onderzoek bezig was. Het laat aan de ene kant mooi zien wat ‘het tegendraads ontwerp’ eigenlijk is. Namelijk het soort ontwerpen dat anders is en dus raar kan zijn, maar in ieder geval iets wat je niet verwacht, je aan het denken zet en in het beste geval een gevoel van verwondering oproept. Aan de andere kant geeft het ook aan wat de kracht is van ontwerpen in het algemeen en vormgeving in het bijzonder. Het jongetje vindt al die voorwerpen maar raar, terwijl het toch ook gewoon voorwerpen zijn met dezelfde functie zoals hij ze kent uit zijn omgeving thuis. Een stoel, een deur of een sleutel, maar dan alleen met een andere vorm.

Victor Papanek verwoordt het mooi in zijn boek *The Green Imperative*: ‘It is important to remember that architecture and design are the social arts par excellence. It is possible to avoid theatre and ballet, never to visit museums or galleries, to spurn poetry and literature and to switch off radio concerts. Buildings, settlements and the daily tools of living however, form a web of visual impressions that are inescapable.’ (Papanek 1995: p.174).

Een groot deel van mijn onderzoek heeft eigenlijk uit denken bestaan, een van de weinige dingen waar ik heel veel tijd voor had tijdens mijn vier en een half jaar op de universiteit, rijdend in de auto van Deven-

ter naar Enschede en vice versa. Hetzij in de Volvo 480 (Nederlands ontwerp!) of in de Saab 900 die mijn vader zo liefdevol voor me heeft opgeknapt. Die laatste is inmiddels ook voorzien van de mooiste licht-metalen jaren zeventig velgen die er bestaan, want je bent per slot van rekening wel bezig met ontwerpgeschiedenis natuurlijk.

Voorwoord

Waar ik ook vaak aan gedacht heb tijdens dat rijden, waren de mensen die mij hebben geholpen om te worden wie ik nu ben... Zoals Tom de regelaar, Luigi de inspirator, en de andere fijne collega's van D'Andrea & Evers Design die ik iedere dag in hun kantoor kan zien zitten bij Enter. Of, als ik langs afslag Lochem rijd, aan Peter Cool, mijn officieuze mentor bij de Hollandse Signaalapparaten aan wie ik veel te danken heb. Aan Margot Stilma, die mij het enthousiasme voor onderzoek bijbracht, als ik bij Hengelo-Noord de A1 af ga. Ook belangrijk is Arthur Eger, die mij enthousiast naar de universiteit heeft gehaald. Net als mijn andere promotor JW Drukker, die, door een vorm van close-reading van mijn manuscripten, ervoor heeft gezorgd dat ik ben gaan begrijpen wat ik eigenlijk bedoelde. Nog belangrijker zijn mijn favoriete collega's Maaïke en Mieke, die met hun aanwezigheid mij zoveel werkplezier bezorgen dat ik altijd weer enthousiast richting Enschede rijd. Het belangrijkste echter zijn mijn ouders, die met de technische interesse van mijn vader en de creatieve inspiratie van mijn moeder de perfecte combinatie vormden om ontwerper te worden. Maar het aller- allerbelangrijkst zijn Anouk, Marit en Heleen; de beste drie redenen om 's middags het hele eind weer vrolijk terug te rijden naar Deventer.

Bedankt allemaal en ik hoop dat jullie tevreden zijn met het resultaat.

Inhoudsopgave

Voorwoord	7
Inhoudsopgave	12
1	15
1.1	21
1.2	23
1.3	29
1.4	35
1.4.1	37
1.4.2	40
1.4.3	43
1.4.4	43
1.5	51
1.6	57
2	59
2.1	61
2.2	69
2.3	81
2.4	91
3	95
3.1	97
3.2	109
3.2.1	115
3.2.2	125
3.3	129
4	133
4.1	135
4.2	147
4.3	153
4.4	157
4.5	165

Inhoud

5	Modernisme, functionalisme en surrealisme	169
5.1	Surrealistisch ontwerpen	171
5.2	Conclusie: het postmodernisme was geen nieuwe uitvinding	183
6	De basisprincipes van het tegendraads ontwerp	187
6.1	Ontwerpen als een vorm van communicatie	193
6.2	Tegendraadse ontwerpgrepen	197
6.2.1	Ontwerpgreep 1; het combineren van verschillende domeinen	201
6.2.2	Ontwerpgreep 2; inspiratie uit populaire context	207
6.2.3	Ontwerpgreep 3; vormlust	215
6.2.4	Ontwerpgreep 4; ready-mades en objet-trouvées	225
6.2.5	Ontwerpgreep 5; afwijkend materiaalgebruik	237
6.3	Twee gemeenschappelijke kenmerken	249
6.3.1	Functionaliteit is iets anders dan bruikbaarheid	249
6.3.2	Iets bekends in een andere context plaatsen levert iets nieuws op	255
6.4	Conclusie	257
	Samenvatting	264
	Summary	268
	Literatuur	272
	Afbeeldingen	284

1 Introductie

1 Introductie

In dit boek probeer ik nieuwe handvatten te definiëren die de ontwerper houvast kunnen geven bij het vormgeven van producten in een postmoderne wereld. Het laatste deel van de vorige eeuw heeft een aantal ontwikkelingen laten zien die de vaste voorschriften voor de moderne productontwikkelaar steeds verder heeft doen verwateren. De afname van de populariteit van het modernisme in de architectuur en het functionalisme in het productontwerpen hebben ervoor gezorgd dat een vaste set van ‘do’s’ en ‘don’ts’ niet meer voor handen lijkt. De indertijd tot mantra verheven stelling ‘Form Follows Function’¹ heeft steeds minder betekenis gekregen, wat heeft geleid tot een ware wildgroei aan parafasen. Ontwerpster Hella Jongerius stelt in een brochure van producent Vitra dat haar meubelontwerpen tot stand komen volgens het motto ‘Form Follows Feeling’ (gecit.in: Vitra 2008: p.18). Ed van Hinte (Ramakers et al. 2006: pp.157-163) heeft het over ‘Form Follows Process’ als hij de werkwijze van de nieuwe lichting conceptueel ontwerpers (waar ook Jongerius toe behoort) bespreekt. Maxine Naylor en Ralph Ball (2005) introduceren de variant ‘Form Follows Idea’ voor hun op poëzie geïnspireerde ontwerppraktijk. De firma Alessi uit Italië heeft het over het project ‘Family Follows Fiction’ als ze in 1991 een serie vrolijke huishoudelijke producten op de markt zetten (Alessi 1999: p.105). Professor Civiele Techniek Henry Petroski introduceerde een variant binnen de ingenieurswereld met ‘Form Follows Failure’ (Petroski 1992) en Volker Albus en Volker Fischer (1995) verzinnen zelfs een hele serie adaptaties voor hun catalogus bij de tentoonstelling *13 nach Memphis*, gewijd aan productontwerpers die geïnspireerd zijn door de Italiaanse postmodernistische Memphis groep. Van ‘Form Follows Motion’ voor de golvende ontwerpen van Ron Arad, via ‘Form Follows

¹) De term ‘Form Follows Function’ wordt voor het eerst gebruikt door de Amerikaanse architect Louis Sullivan in het artikel *The tall office building artistically considered*, in 1896 (Heskett 2002: pp.35-36).

Eigenlijk luidde de quote ‘form ever follows function’ en bedoelde Sullivan dat de functie van een object zichtbaar moest zijn in haar verschijningsvorm, net als in de natuur. Sullivan was als architect dan ook een ontwerper van fabelachtige ornamenten in de beste traditie van de Art-Nouveau en Art-Deco (The Art Institute of Chicago 2010). In dit verband mogen we de toe-eigening van de term door de modernisten beschouwen als een van de grootste misverstanden uit de geschiedenis van de vormgeving.



MOTOKRZR[™]
Nuovo **MOTOKRZR K1. Crazy Reflective.**
Una fotocamera da 2 megapixel, music player
integrato e memoria espandibile.
motorola.com/motokrzz

MOTOKRZR[™]
Un nuovo design a specchio che vi consente di
improntare ogni cosa che vi circonda.
Non accontentatevi di guardare.

In esclusiva presso i punti vendita **TIM**



[1.1] D'Adda, Lorenzini, Vigorelli, BDDO (Milaan) – 'New MOTOKRZR K1 - Crazy Reflective' advertentiecampagne voor Motorola – 2006, de afbeelding verkoopt een fashion-statement. Dat het een telefoon is, is bijnaak geworden. Het principe van adverteren met behulp van vrouwelijk schoon is natuurlijk niet nieuw [Figuur 1.2].

[1.2] Xanti Schawinski – Advertentie voor Olivetti MPI typemachine – 1935, Schawinsky - nota bene een representant van het Bauhaus- was door Adriano Olivetti naar Italië gehaald om het modernistische ideaal van 'voortgang door technologie' uit te beelden (Kicherer 1990: p.32).

Utilism' voor de terughoudende vormentaal van Jasper Morrison, 'Form Follows Streaming' bij de Australische surfdude Marc Newson en 'Form Follows Concept' voor het Duitse experimentele ontwerperscollectief Ginbande, tot aan 'Form Follows STARCK' voor de complete eigenheid van het Franse ontwerpfenomeen.

1

Introductie

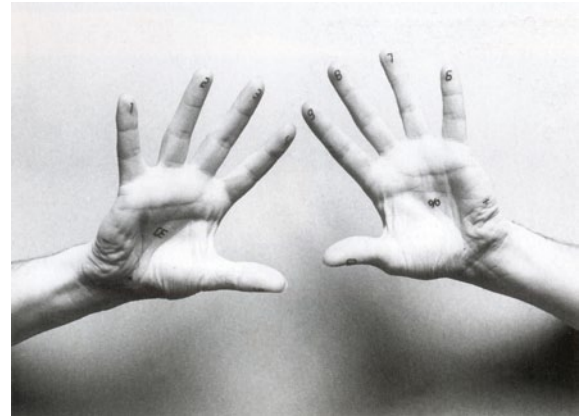
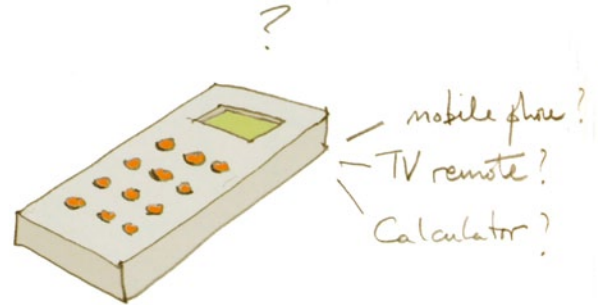
Maar wat dient de hedendaagse ontwerper zelf te volgen in deze tijd, waarin ook de focus van het productontwerp steeds verder verschuift? De primaire functievervulling wordt als onderscheidende factor kenmerkend steeds minder belangrijk, ten koste van meer belevenis- en emotiegerichte productkarakteristieken (Green 2002: pp.1-5). In plaats van een apparaat om mee te telefoneren schaffen we ons een lifestyle-product aan met poëtische namen als 'chocolate' (voor de dames) en 'razr' (voor de heren). En oh ja, je kunt er natuurlijk ook mee bellen [Figuur 1.1].

Volgens de productfasentheorie van Eger (2007) eindigen producten in een fase die gekarakteriseerd wordt door individualisering en bewustwording. De primaire functionaliteit van producten is dan in eerdere fasen dusdanig uitgekristalliseerd dat deze een steeds kleinere rol gaat spelen in de aankoopbeslissing. De waardering van objecten wordt in deze ontwikkeling tegelijkertijd steeds meer gebaseerd op de affectieve, emotionele en abstracte productwaarden (Desmet 2002; Norman 2004). Het belang van deze waarden wordt nog eens onderstreept doordat we individualisering en bewustwording terugvinden bovenin de hiërarchie van Maslow (gecit.in: Kotler 1988: p.187). Het gaat er om wat een product doet voor je eigenwaarde, wat het zegt over je maatschappelijke status of hoe het past bij je ethische houding ten opzichte van je omgeving. Een product kan je bijvoorbeeld helpen om een bepaalde identiteit aan te nemen of kan je je goed laten voelen omdat het milieuvriendelijk geproduceerd is. Maar wat betekent dit voor de manier waarop we als ontwerper producten vorm moeten geven? Verschillende auteurs hebben verschillende ideeën over hoe je emotionaliteit en affectie in producten moet ontwerpen en sommigen beargumenteren zelfs dat affectiviteit helemaal niet door vormgeving bepaald wordt, maar alleen door de betekenis die de gebruiker aan het voorwerp geeft. Csikszentmihalyi (2007) stelt dat de gebruiker zich vooral hecht aan objecten door het verhaal erachter. Bijvoorbeeld doordat je het van een geliefde persoon voor je verjaardag hebt gekregen of omdat het een erfstuk is. Maar deze



[1.3] Nam June Paik – 'WatchDog 2' (detail) – 1997, kunstwerk waarin de gebruikte monitors zijn verpakt in printplaten. 'Form Follows Function' in het elektronica-tijdperk?

[1.4] Maxine Naylor en Ralph Ball – 'Generic Keypad' – 2005, een modern elektronisch product 'functioneel vormgegeven' als een keypad en een display. Maar wat is het?



[1.5] Kunstflug (Charly Hüskes, Hardy Fischer, Harald Hullman en Heiko Bartels) – 'Electronic Hand Calculator' – 1987, elektronisch op je vingers tellen; 'Form Follows Function' heeft het apparaat vrijwel helemaal laten verdwijnen, het is volledig functie geworden.

emotie kan ook gevormd worden door het verhaal dat de gebruiker er zelf bij maakt. Bijvoorbeeld omdat het voorwerp diegene altijd doet denken aan... vul maar in. In alle gevallen lijkt het erop dat de primaire functionaliteit hierbij niet meer zo belangrijk en zeker niet onderscheidend is. Daardoor is de mantra van de binnen het modernisme universeel geachte vormtaal, waarbij de vorm rechtstreeks voortkomt uit de technische functionaliteit ook steeds minder bruikbaar. In het licht van de toegenomen miniaturisering en de multifunctionaliteit van de moderne elektronica was dit paradigma sowieso niet meer houdbaar (Bürdek 1996: pp.295-312). De vorm van elektronische componenten heeft immers nauwelijks een voor de gebruiker herkenbaar verband met hun functie en tegelijkertijd wordt elektronica steeds kleiner en kan steeds meer [Figuur 1.3; 1.4; 1.5].

Volgens Drukker zal de oerwet 'Form Follows Function' -in letterlijke zin- dan ook steeds verder op de achtergrond raken als leidend principe: 'Dit fundamentele criterium voor een 'goed ontworpen product', dat tijdens de opkomst van het Postmodernisme in het laatste kwart van de vorige eeuw op grond van esthetische – en niet: technologische – argumenten al onder vuur kwam te liggen – zal in de naaste toekomst zijn bestaansrecht meer en meer gaan verliezen, maar nu om technologische redenen.' (Drukker 2009: p.15). De vraag is nu: 'wat kunnen we er dan voor in de plaats stellen?'

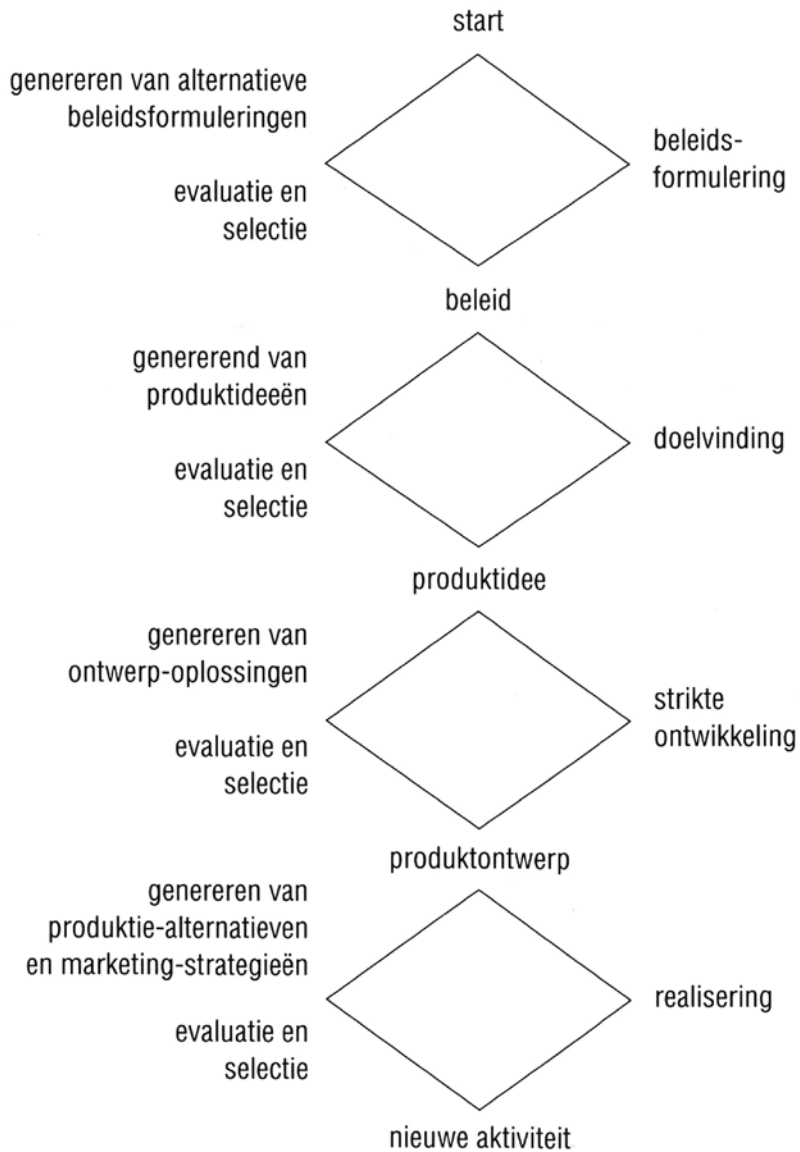


[1.6] Chinese 'Maan' Stoel – Ontwerp uit de Ming periode (1368 to 1644)
–Vroeg 20ste eeuwse hardhouten replica.

1.1 Betekenisgeving

1.1 Betekenisgeving: 'een stoel om naar de maan te kijken'

Dat het idee van emotionaliteit, affectiviteit en betekenisgeving niet nieuw is, en zelfs niet iets van de laatste vijftien jaar, wordt geïllustreerd door een Chinees ontwerp dat al dateert uit de Ming periode [Figuur 1.6]. Dit type stoel stond tentoongesteld op de 5^e Triënnale voor Vormgeving in 2007 in de Koninklijke Musea voor Kunst en Geschiedenis van Brussel (Valcke et al. 2007). Op de tentoonstelling werd het 'een stoel om naar de maan te kijken' genoemd. Opmerkelijk, want daardoor wordt de stoel niet zozeer gekarakteriseerd door zijn functie (achterovergeleund zitten), maar door wat je ermee geacht wordt te doen. Vooral de verwijzing naar de maan is sterk, want door het niet gewoon een 'leunstoel' te noemen, opent deze aanduiding een hele reeks van poëtische associaties. Het doet je als beschouwer onwillekeurig denken aan zwoele avonden op een veranda, heldere nachten en twinkelende sterren of misschien wel huilende weerwolven, al is dat laatste dan voor Chinezen weer niet waarschijnlijk. Al dromend zou je wel eens kunnen vergeten dat de stoel uiteindelijk niet erg comfortabel is. Maar dat is een omissie die wel vaker voorkomt bij Chinees (en postmodern) meubilair.



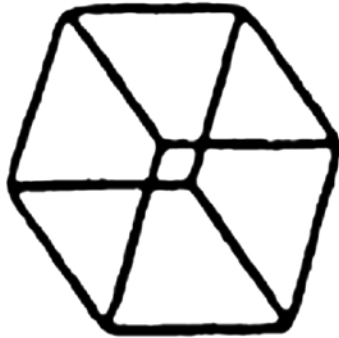
[1.7] Roozenburg en Eekels (1991: p.12) – Divergentie en convergentie in het innovatieproces.

1.2 Vorm-geven

1.2 Vorm-geven

Als we ons ten doel stellen om enig houvast te creëren voor de hedendaagse ontwerppraktijk, is het verstandig om aan te geven binnen welke beperkingen we die doelstelling willen bereiken. Dit betoog gaat uiteindelijk alleen over vormgeving. Daarmee bedoelen we echter wel vormgeving in brede zin, dus het gaat er niet om te bepalen of geel beter is dan groen, of over wat een harmonieuze verhouding is, of wat een bepaalde groep mensen mooi vindt of niet. We bedoelen het letterlijk vorm-geven in de zin van het in een bepaalde vorm gieten of materialiseren van een idee. Roozenburg en Eekels (1991: pp.11-13) duiden deze fase van het ontwikkelingsproces aan met 'strikte ontwikkeling' [Figuur 1.7]. Dat wil zeggen: van productidee naar een gematerialiseerde versie van het product. Het productidee als input van deze fase kunnen we zien als een abstracte weergave van het gewenste product. Meestal in de vorm van een tekstuele beschrijving, soms ook ondersteund met visualisaties van bijvoorbeeld context, sfeer of doelgroep. In het geval van de telefoon uit de eerdere illustratie, zou de beschrijving van het abstracte product kunnen luiden 'een mobiele telefoon om contact te onderhouden met vriendinnen die ook veel waarde hechten aan uiterlijk en mode'. Tijdens de 'strikte ontwikkeling', ook wel synthese genoemd moet er dan een vorm gezocht worden om dit idee een concrete materiele invulling te geven. In het voorbeeld heeft dat dus geleid tot een ontwerp van een mobiele telefoon als een glimmend sieraad [Figuur 1.1].

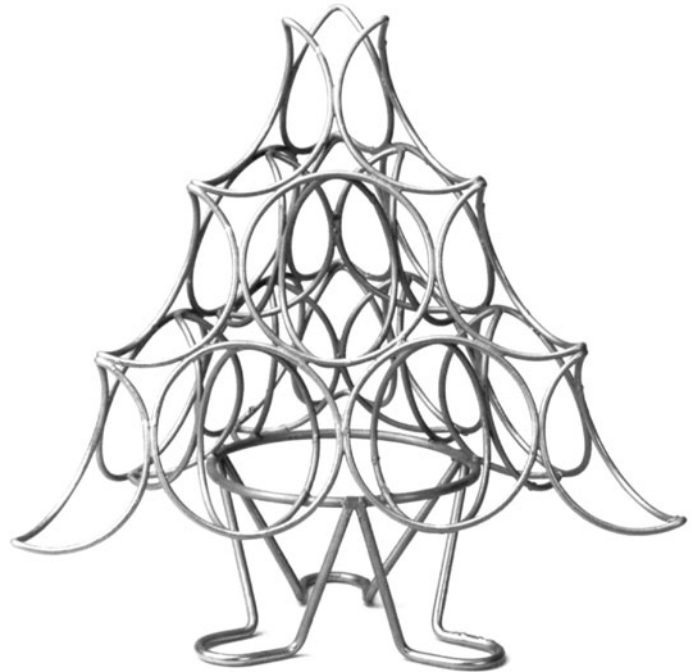
Vormgeven in de zin van materialiseren van een idee kunnen we opdelen in primaire en secundaire vormgeving. De primaire vormgeving is een beschrijving van wat de vorm is (of wordt), zoals een CAD-systeem een vorm vastlegt in de computer. De secundaire vormgeving is vervol-



[1.8] Necker-kubus – genoemd naar de Zwitserse natuurwetenschapper Louis Necker, die een dergelijke afbeelding in 1832 voor het eerst publiceerde. Primair is het een set lijnen op papier, maar de toeschouwer kan dit interpreteren als een kubus. Die interpretatie is echter subjectief, want staat de kubus schuin naar boven of schuin naar beneden, of is de vorm wellicht een spin in een web?



[1.9] Veiligheidsmasker voor lassers – uit de design collectie van het Museum of Modern Art in New York – gedateerd als ‘voor 1930’ (Antonelli et al. 2003: p.97). De functioneel ronde glaasjes en driehoekige neusbescherming verlenen het object een expressieve gezichtsuitdrukking.



[1.10] Display voor sinaasappels – 1946, het is een verzameling gebogen ijzerdraadjes, maar het object doet onwillekeurig denken aan een kerstboom.

gens de manier waarop de primaire vorm geïnterpreteerd wordt door de toeschouwer of gebruiker. Eén van de bekendste voorbeelden om dit te illustreren is de Necker-kubus [Figuur 1.8].

Bij de interpretatie vormt de gebruiker zich door associaties een oordeel over het object. Aan dit proces van betekenisgeving wordt ook wel gerefereerd met de begrippen connotatie en semiotiek (Muller 1990: pp.260; 270). De secundaire vormgeving is dus geen vaststaand gegeven, maar wordt door de gebruiker ingevuld². Primaire en secundaire vormgevingsaspecten spelen altijd allebei een rol. Ook bij producten die door de makers niet expressief bedoeld zijn, zijn dergelijke associaties aan de orde [Figuur 1.9 en 1.10].

De functionaliteit van producten kan op een vergelijkbare manier worden opgedeeld in primaire en secundaire functionaliteit. Waarbij primaire functionaliteit staat voor het directe functioneren van producten en secundaire functionaliteit staat voor de – veelal cultureel bepaalde – interpretatie van de producten door gebruiker en omgeving (Muller 1990: pp.271-276). John Heskett (2002: pp.33-36) gebruikt hiervoor de termen ‘utility’ en ‘significance’. *Utility* is dan de mate waarin een object gebruikt kan worden waar het voor bedoeld is. Dit gaat dus over hoe dingen werken: een stoel is om op te zitten en een koffiezetter om koffie mee te zetten. Alhoewel utility en de primaire functie als concept van bruikbaarheid vooral gaan over effectiviteit betoogt Heskett dat hier wel degelijk een vorm van emotie aan te pas kan komen. Als een telefoontje lekker in de hand ligt en de knopjes in de juiste volgorde zitten kan hij vervolgens *fijn* zijn om te gebruiken. Secundaire functionaliteit of *significance* gaat over de interpretatie van het product door de gebruiker en de waarde of betekenis die hij of zij daar aan toekent. Bij de ‘stoel om naar de maan te kijken’ wordt dit dus bepaald door de mogelijke associaties met zwoele avonden, heldere nachten en twinkelende sterren. De secundaire functionaliteit wordt overigens ook bepaald door het harde uiterlijk en de daarbij behorende associatie met discomfort, nog afgezien of de stoel in werkelijkheid voor wat zijn primaire functie betreft ook daadwerkelijk oncomfortabel is.

²) Meer hierover in paragraaf 1.4.4, hierna volgend.

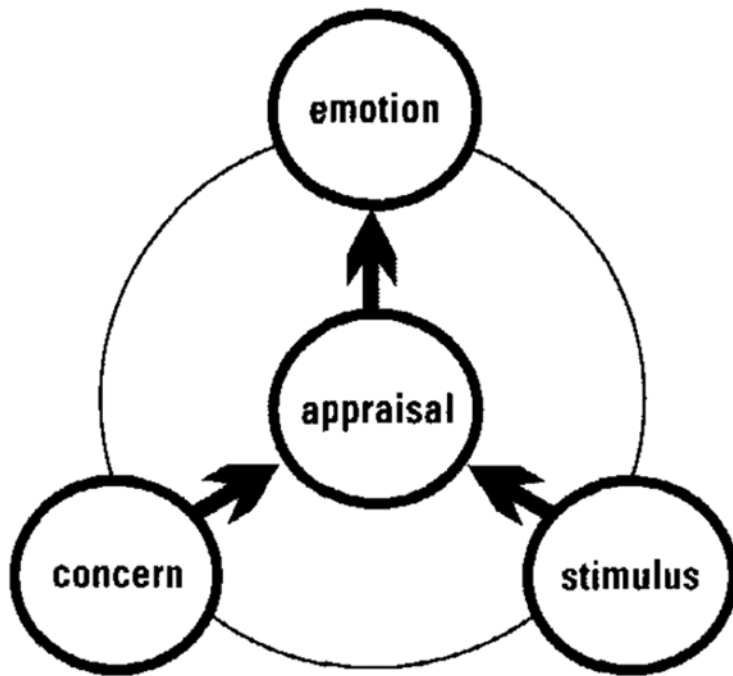
1.2

Vormgeving

Secundaire functionaliteit wordt bepaald door de expressie van het object aan de ene kant en de betekenisgeving door de gebruiker aan de andere kant. Adrian Forty (1995: pp.241-245) betoogt dan ook dat dit voor een deel buiten de macht van de ontwerper ligt, aangezien deze niet de interpretatie door de individuele gebruiker kan dicteren. Niettemin kan de ontwerper de secundaire functionaliteit wel degelijk sturen door aan te sluiten bij bijvoorbeeld algemene waarden en gedeelde culturele ervaringen van zijn gebruikersgroep (Bürdek 1996: pp.223-232) en omgekeerd geldt dat ook: 'No design works unless it embodies ideas that are held in common by the people for whom the object is intended.' (Forty 1995: p.245).

In deze studie gaat het dus om vormgeving in de zin van de materialisatie van een idee. Daarbij gaat het om de secundaire functie van vormgeving als stuurder van de betekenisgeving door gebruikers. Die betekenisgeving kan in dat geval zowel invloed hebben op de primaire- als de secundaire functionaliteit van producten.

Omdat de verschillende termen niet helemaal samenvallen wordt in het vervolg de tweedeling van Heskett aangehouden. Daarbij wordt het begrip 'utility' vertaald met de term 'bruikbaarheid'. Het begrip 'significance' wordt vertaald als 'betekenis' in de zin van waarde vertegenwoordigen, of het belang dat de gebruiker aan een product toekent.



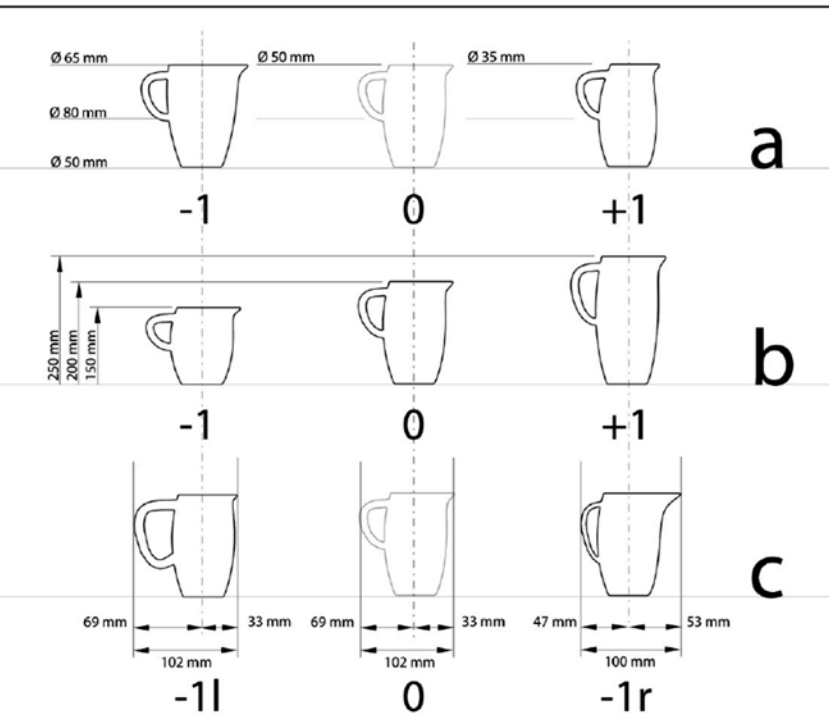
[1.11] Pieter Desmet (2002: p.106) – ‘Basic model of emotions’ – De emotie wordt opgewekt door een vergelijking van de stimulus (het product) met normen en waarden (concern), in de vorm van een beoordeling (appraisal). De beoordeling kan op verschillende manieren plaatsvinden, bijvoorbeeld op de drie niveaus van Norman.

1.3 Actueel onderzoek

1.3 Actueel onderzoek

In actueel onderzoek over vormgeving en betekenisgeving zoals het werk van Pascal Govers (2004), Thomas van Rompay (2005), Pieter Desmet (2002) of Donald Norman (2004) is de focus vaak behavioristisch. Dat betekent dat er wordt gekeken vanuit het gedrag van de mens. Desmet bijvoorbeeld, stelt een model op van het mechanisme dat bij mensen een emotionele reactie uitlokt bij het zien (of beleven) van een product [Figuur 1.11]. In andere gevallen wordt er beredeneerd hoe de mens in elkaar zit, zoals Donald Norman een driedeling ziet in de reactie van het menselijk brein op de confrontatie met producten. Op 'visceraal' niveau wordt het meest direct gereageerd. Zo wordt een bepaalde vorm bijvoorbeeld 'kinderlijk' of juist heel 'krachtig' gevonden. Op het niveau 'gedrag' gaat het om het gebruik en de omgang met het product waar bijvoorbeeld aspecten meespelen als: of een product makkelijk te bedienen is, begrijpelijk overkomt, goed werkt, stevig aanvoelt of juist lekker zacht is. Norman definiëert de 'reflectieve' reactie van het brein als het hoogste niveau. Hierbij evalueert de gebruiker een product door associaties en vergelijkingen met eerdere ervaringen en al dan niet aangeleerde betekenissen. Zo kan een consument bijvoorbeeld een afkeer hebben van een bepaald type auto omdat haar onuitstaanbare buurman in een vergelijkbaar model rondrijdt.

Vanuit deze gedragsverkenningen wordt vervolgens aangetoond hoe 'de mens' reageert op producten of vormen. Het probleem met deze aanpak is natuurlijk niet alleen dat 'de mens' niet bestaat, waardoor de uitkom-



[1.12] Thomas van Rompay – vormvariaties uit het onderzoek naar de relatie tussen lichamelijke verhoudingen en de beleving van vormen (van Rompay 2005: p.96).



[1.13] Philips en Alessi – Koffiezetter – 1994, volgens Govers een voorbeeld van een 'schattig' product (Govers 2004: p.89).

1.3 Actueel onderzoek

sten eigenlijk slechts een gemiddelde indicatie zijn van op welke wijze mensen zouden *kunnen* reageren (wat door de betreffende onderzoekers overigens ruimhartig wordt onderkend), maar ook aan de basisgedachte van de onderzoeksopzet zit een tekortkoming.

Doordat het gedrag van de zogenaamde gemiddelde gebruiker ten opzichte van producten uiteraard zeer complex is en van veel factoren afhangt, wordt meestal slechts één of een beperkt aantal factoren tegelijkertijd onderzocht. Het aangetoonde ‘gemiddelde gedrag’ van de gebruiker beslaat hierdoor uiteindelijk maar een enkel aspect van de totale vormgeving (en vormbeleving) van producten. Kennis over een deelaspect van de productbeleving is natuurlijk goed, maar kan helaas weinig voorspellen over de productbeleving als geheel. De gebruiker reageert niet op een deel van een product afzonderlijk, maar op de gehele indruk die het hem of haar verschaft³. Verschillende deel-ontwerpaspecten binnen een product verhouden zich daardoor multiplicatief tot elkaar en niet additief. Met andere woorden: ‘*productbeoordeling*’ = *kleur x geur x associatie x culturele aspecten x [...] en niet kleur + geur + [...]*.⁴

³) Voor een alternatieve afleiding van dit idee, zie: *The Meaning of the Body: Aesthetics of Human Understanding*. (Johnson 2007).

⁴) Het ontwerpen van producten is wat dit betreft vergelijkbaar met koken. De kok probeert met ingrediënten en technieken een zo goed mogelijk gerecht neer te zetten en alle eigenschappen van het voedsel, de bereidingswijze, de presentatie op het bord en zelfs de vormgeving van het bestek werken samen om de eter een smakelijke ervaring te laten hebben. De kok kan daarbij de lekkerste ingrediënten gebruiken en alles perfect klaarmaken en opdienen in een sfeervolle ambiance, maar als hij teveel zout heeft toegevoegd is de héle maaltijd verpest.

Govers (2004) bijvoorbeeld, pareert dit probleem door uit te gaan van een overkoepelende term voor alle eigenschappen samen en dat te koppelen aan het mirror-principle. Vervolgens stelt zij dat men door producten te ontwerpen met een bepaalde ‘persoonlijkheid’ (zoals ‘vrolijk’ of ‘serius’), deze in de smaak zullen vallen bij consumenten met een vergelijkbare persoonlijkheid [Figuur 1.13].

Ook Thomas van Rompay (2005) geeft in zijn *Embodiment in the experience of design* een aanwijzing in die trant, als hij stelt dat mensen bij de beoordeling van producten het object relateren aan het (eigen) lichaam. Een vaas die aan de bovenkant breed is en aan de onderkant smal, is als een gespierde man (en dus stoer). Een vaas die aan de onderkant breed is, is als een zwangere vrouw [Figuur 1.12].

1.3

Actueel onderzoek

Algemene verhoudingen als lang en dun, of kort en dik worden volgens van Rompay ook beoordeeld aan de menselijke maten en zelfs abstractere begrippen als 'openheid' en 'geslotenheid' worden gerelateerd aan menselijke eigenschappen. Maar van Rompay moet in zijn controle-onderzoek helaas concluderen dat het niet erg duidelijk is of zijn 'methode' heeft geholpen bij het ontwerpen van de producten (in dit geval rookzuilen) die 'betrokkenheid' moesten uitdrukken. De controle-groep die niet van zijn methode gebruik had gemaakt, had namelijk producten ontworpen die ongeveer evenveel 'betrokkenheid' uitdrukten. (van Rompay 2005: pp.138-142).

Met dit type onderzoeken komen dus uiteindelijk wel zeer interessante mechanismen bloot te liggen, maar zij geven vervolgens weinig houvast voor het daadwerkelijk ontwerpen – vormgeven in de zin van materialiseren - van een compleet product.

[1.14] Raymond Loewy – 'S1' – 1938, locomotief voor de Pennsylvania Railroad. De uit de lucht- en zeevaart overgenomen stroomlijnvormen werden aanvankelijk toegepast om objecten (zoals deze trein) sneller en krachtiger te laten lijken. Later werden ze echter ook op tal van stationaire producten toegepast.



[1.15] Chauncey E. Waltman – Elektrische Mixer Model No.3200 – 1939, geproduceerd door de A.F. Dormeyer Corporation uit Chicago, Illinois.



[1.16] Wayne Leser – 'Air Cooled Streamliner' pijp – 1941.

1.4 Geschiedenis

1.4 Geschiedenis

Een manier om 'holistischer' naar vormgeving en betekenisgeving te kijken is door analyse van de ontwerpgeschiedenis: '... denn die Gestalt der Wirklichkeit ist immer reicher als die Linienführung der Grundsätze.' - Robert Musil, *Der Mann ohne Eigenschaften*, I (Hfdstk.121) (gecit. in: Lichtenstein et al. 1993: p.9).

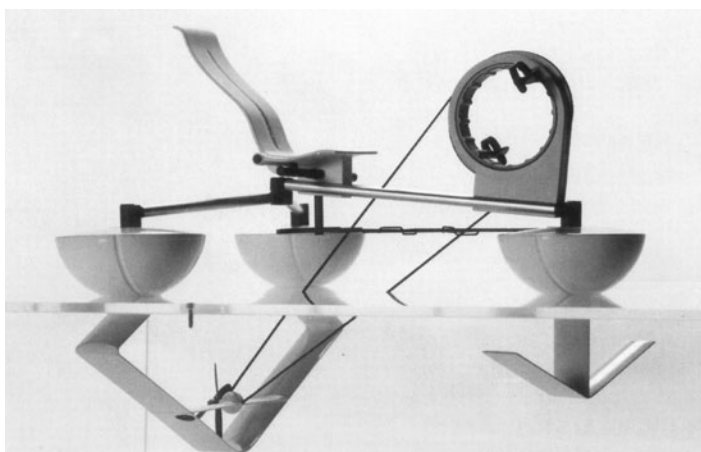
Dat het rekening houden met betekenisgeving niet nieuw is, hadden we al gezien in het voorbeeld van de 'stoel om naar de maan te kijken.' Maar daarnaast is er in de designgeschiedenis natuurlijk al heel lang sprake van emotie en betekenis in productontwerp; denk maar aan de stroomlijnvormgeving als metafoor voor vooruitgang in de jaren dertig van de vorige eeuw (Lichtenstein et al. 1993; Hanks & Hoy 2005) [Figuur 1.14; 1.15; 1.16].

De aandacht voor deze manier van productontwerpen is echter heel lang overschaduwed geweest door de nadruk die in Europa gelegd werd op het functionalisme van de Bauhaus⁵-generatie en zijn opvolgers in Ulm [Figuur 1.17 en 1.18]. Nog in 1990 werd aan de opleiding Industrieel Ontwerpen van de TU Delft het 'Form Follows Function' sterk aangehangen, omdat dit oorzaak-en-gevolg begrip zo goed pastte bij de op structuur, methode en proces gerichte opleidingsvorm. Culmineerend in het centrale leerboek *Productontwerpen; structuur en methoden* (Roozenburg & Eekels 1991). De schijnbare rechtlijnigheid en objectiviteit van het form-follows-function sloot daarbij goed aan bij het streven naar beheersing en sturing van het ontwerpproces die het instituut al gelijk in de beginjaren van de opleiding voor ogen stond. Emile Truijnen stelde in zijn rede tot aanvaarding van het ambt van gewoon hoogleraar in de Industriële vormgeving aan de Technische Hogeschool te

⁵) Overigens is het Bauhaus zelf juist ooit begonnen met een op expressionistische leest gestoelde aanpak van Johannes Itten, zie hiervoor het hoofdstuk *Bauhaus Weimar: het expressionistische Bauhaus*. in: *Bauhaus; 1919-1933*. (Droste 1990). Voor een overzicht van expressionistische werken uit deze periode zie: *Experiment Bauhaus*. (Hahn & Brüning, et al. 1988)



[1.17] Opstelling uit de tentoonstelling 'Twentieth Century Design from the Collection of the Museum of Modern Art' – 1958-1959, een retrospectief met minimalistisch-functionalistische ontwerpen.



[1.18] Thomas Fiegl en Achim Pohl – 'Muscle Powered Hydrofoil' – 1989, won de derde prijs in de 9e editie van de Braun Awards, dat jaar (Erlhoff et al. 1990: p.208).

1.4 Geschiedenis

Delft: 'In tegenstelling tot het recente verleden, waarin de industriële vormgeving de functionaliteit van de verschijningsvorm maar al te vaak baseerde op elementen die voortvloeien uit de beeldende kunsten, dient de vormgeving voor het merendeel door de gedragswetenschappen onderbouwd te worden. [...] De beeldende kunsten daarentegen behoren naar mijn mening voor het grootste deel ontkoppeld te worden van dit vakgebied'⁶ (Truijten 1972: p.12). Dit op zich loffelijk streven naar een vorm van objectiviteit leidde echter vaak tot een vorm van functionalistische rechtlijnigheid, die op den duur het karakter van een knellend keurslijf kreeg.

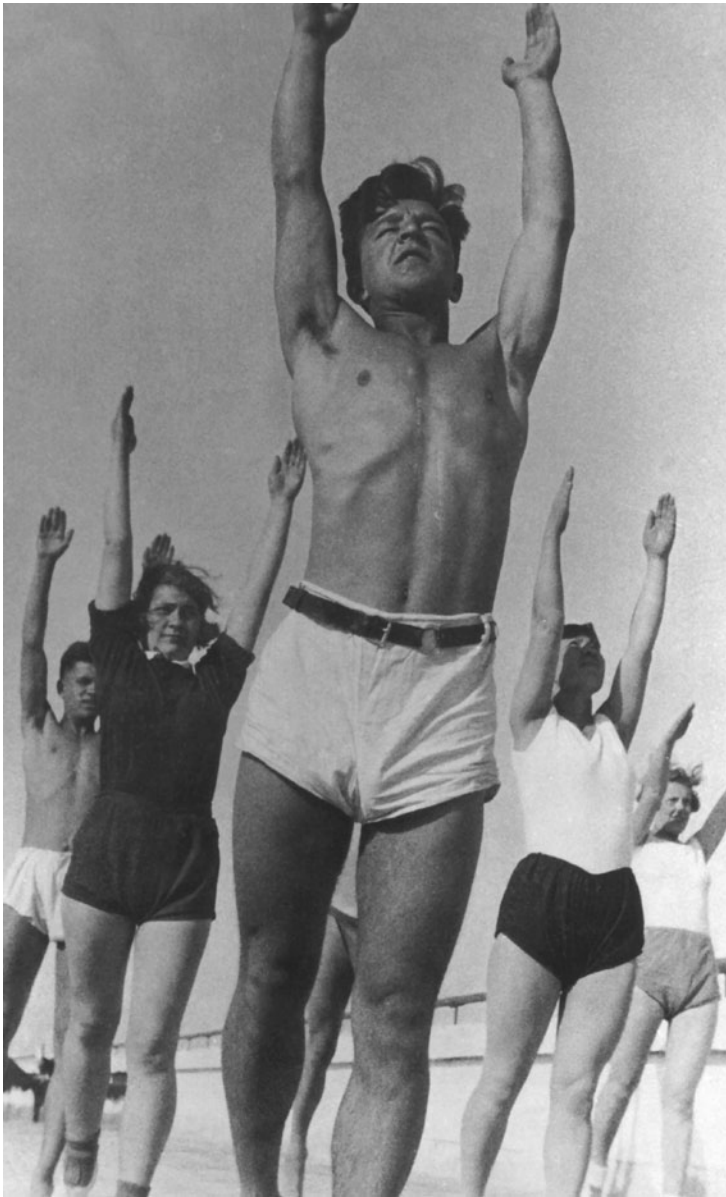
De functionalistisch vormgegeven waterfiets uit figuur 1.18 bijvoorbeeld, kenmerkt zich als object door een fraaie, abstracte vorm. Die vorm heeft echter geen enkele associatie met 'sport', 'het menselijk lichaam', 'water', 'voortbewegen' of ieder ander concept dat te maken heeft met het gebruik of de gebruiksomgeving van het product. De enige emotie die men er daardoor aan kan koppelen, is gebaseerd op het feit of men deze vormtaal van het functionalisme mooi vindt of niet. Terwijl B. Majorick⁷ ons al in 1959 in zijn boekje *Ontwerpen en verwerpen* voor de voeten werpt: 'Dit neemt niet weg dat het functionalisme toch sterven moet. Het is een vormtaal, die als iedere vormtaal een incubatietijd doormaakt, een culminatiepunt bereikt en daarna onherroepelijke aan spankracht inboet en sterft, zoals Focillon in zijn 'Vie des Formes' onweerlegbaar aangetoond heeft.' (Majorick 1959: p.208). Als het functionalisme echter weinig te bieden heeft met betrekking tot emotionaliteit en betekenisgeving, heeft het in het kader van dit boek geen zin om de ontwerpgeschiedenis vanuit dit perspectief te bekijken. Deze studie neemt daarom een alternatieve ontwerpgeschiedenis als uitgangspunt: de geschiedenis van het tegendraads ontwerp. Maar om de geschiedenis van het tegendraads ontwerp te kunnen definiëren moeten we eerst nader kijken naar het functionalisme zelf.

1.4.1 Modernisme en functionalisme

Zoals gesteld, is de ontwerpwereld in de 20e eeuw lang gedomineerd geweest door het functionalisme, de ontwerpfilosofie die in het begin van die eeuw werd afgeleid van het modernisme in de bouwkunst. Deze stroming was ontstaan in het Bauhaus, oorspronkelijk in Weimar, maar

⁶) De oratie van de latere hoogleraar vormgeving Jan Jacobs was zelfs getiteld *geen kunst* (Jacobs 1988).

⁷) B. Majorick blijkt het pseudoniem van J.J. Beljon, toenmalig directeur van de Haagse Kunstacademie (Simon Thomas 2008: p.182).



[1.19] Alexander Rodchenko – ‘Sun-Lovers’ – 1932, onder het kopje ‘The healthy Body culture’ schrijft Christopher Wilk: ‘Surprising though it may seem today, organized physical exercise was a feature of leading art schools during the inter-war period.’ (Wilk et al. 2006: p272).

1.4 Geschiedenis

later verhuisd naar Dessau en Berlijn (Droste et al. 1999: pp.14-23). Het functionalisme is altijd sterk beïnvloed geweest door de canonieke tekst van Adolf Loos *Ornament und Verbrechen* (Kieft 1984: p.13).

In deze –naar huidige maatstaven nogal gedateerde en uit een oogpunt van politieke correctheid ronduit bedenkelijke– tekst uit 1908 voorziet Loos een voortdurende vooruitgang in de ontwikkeling van onze beschaving richting een steeds zuiverder vorm: ‘[...] De bosneger tatoeëert zijn huid, zijn boot, zijn peddel, kortom alles wat hem voor de vingers komt. Hij is geen misdadiger. De moderne mens, die zich tatoeëert, is een misdadiger of dégeneré. In sommige gevangenissen is tachtig procent van de geïnterneerden in het bezit van een tatoeage. [...] Maar de mens van deze tijd die uit innerlijke aandrang de wanden met erotische symbolen beklad, is een misdadiger of dégeneré. [...] Bij het kind is het een natuurlijk verschijnsel: zijn eerste kunstzinnige uiting is het volkrabbelen van een muur met erotische symbolen. Maar wat bij de bosneger en bij het kind natuurlijk is, is bij de moderne mens een degeneratieverschijnsel. Ik heb de wereld verrijkt met de navolgende conclusie: Evolutie van de cultuur is synoniem met het verwijderen van het ornament van het gebruiksvoorwerp.’ (gecit.in: Kieft 1984: p.13). Met andere woorden de (toegepaste) kunst als ultieme uiting van deze beschaving zal dus ook steeds zuiverder moeten worden, en dus ontdaan van iedere vorm van versiering (‘Ornament’). Elke vorm van decoratie is vervolgens een obstakel in de vooruitgang van de beschaving en volgens Loos in uiterste consequentie dus een misdaad (‘Verbrechen’).

⁸⁾ Door de uitvinding van stoommachine, verbrandingsmotor, lopende band, elektriciteit, telegrafie, enzovoort kreeg de moderne mens steeds meer mogelijkheden. Door de snelheid waarmee de nieuwe vindingen elkaar opvolgden, ontstond het idee dat de nadelen van de nieuwe technologieën -die wel degelijk goed zichtbaar waren in bijvoorbeeld de arbeiderswijken van de grote steden- in de toekomst weldra opgelost zouden worden door nóg weer nieuwe technologische vindingen.

Deze redenering viel indertijd in vruchtbare aarde omdat ze gekoppeld kon worden aan het vooruitgangsgeloof dat gevoed werd door de snelle ontwikkeling van de techniek als gevolg van de industriële revolutie⁸. Tegelijkertijd appelleerde ze aan een verlangen van de progressieve elite om ‘het volk’ op te voeden met ‘reinheid en regelmaat’ (Wilk et al. 2006: pp.250-52). Het zuivere ideaal van de functionele vorm sloot goed aan bij het ideaal van ‘een gezonde geest in een gezond lichaam’, dat zou afrekenen met de vervuilende uitwassen van de moderne, kapitalistische en geïndustrialiseerde samenleving [Figuur 1.19]. Door de nieuw uitgevonden communicatiemiddelen zoals radio, telegrafie, film en fotografie werden de ideeën over de ‘moderne esthetiek’ ook snel over de hele wereld verspreid (Bekaert 2005: p.144).

1.4.2 Vooruitgang en verandering

In de klassieke tekst *The idea of Progress, An inquiry into its origin and growth* van J.B Bury (1920) wordt het vooruitgangdenken waar de modernisten-functionalisten zich van bedienden van een theoretische basis voorzien. In die tijd stond het 'idee van vooruitgang' niet ter discussie: 'Within the last forty years nearly every civilised country has produced a large literature on social science, in which indefinite Progress is generally assumed as an axiom.' (Bury 1920: p.269).

Dit axioma wortelde in het Darwinisme, waar volgens de *Origin of Species* (gepubliceerd in 1859) de natuur *zichzelf* ontwikkelde volgens het principe van 'survival of the fittest'. Door aanpassing aan omgeving en omstandigheden ontwikkelde de natuur zich tot een steeds *complexer* geheel. Door de voorstanders van deze theorie, die haar vooral zagen als een welkom alternatief voor de dogmatische visie van de kerk, werd complexer al snel uitgelegd als *beter*.

Deze morele versie van de evolutietheorie werd al gauw niet alleen op natuurlijke verschijnselen, maar ook op culturele verschijnselen van toepassing verklaard (Kieft 1984: pp.14-16). Technologie en technologie-ontwikkeling konden vervolgens bijdragen aan die natuurlijke evolutie van de maatschappij: 'For these creative figures [*waaronder Le Corbusier en Fernand Léger - WE*], industry, the rationality of the machine and advanced technology were key elements in the construction of utopia.' (Wilk et al. 2006: p.33). De modernisten vonden aldus dat de ontwikkeling van de cultuur een voorbeeld moest nemen aan de ontwikkeling van de techniek. Le Corbusier zelf stelde in zijn in 1923 gepubliceerde *Vers Une Architecture* dat een huis 'een machine om in te wonen' zou moeten zijn (Le Corbusier 2008: p.161).

Het 'idee van vooruitgang' bleef een tijd het leidende beginsel in zowel cultuur als wetenschap. De dominante opvatting was dat de mens door nieuwe ontwikkelingen steeds meer te weten kwam over de natuur en over zichzelf, waardoor de beschaving als geheel steeds dichterbij de waarheid zou komen. De asymmetrie-theorie van wetenschapsfilosoof Karl Popper heeft in dit lineaire vooruitgangsgeloof echter een flinke bres geslagen. Volgens Popper is er niet zoiets als 'de waarheid' die wetenschappelijk kan worden ontwikkeld. Een wetenschappelijke theorie

1.4 Geschiedenis

9) Hiermee wordt echter op een andere manier ook een deel van het onvermogen van de modernisten zichtbaar. In het kader van hun vooruitgangs ideaal volgden zij een methode die filosofisch gezien dat vooruitgangsgeloof juist ter discussie stelde.

¹⁰⁾ Het scheermes van Ockham is een principe uit de kennistheorie dat wordt toegeschreven aan de 14e eeuwse Engelse filosoof Willem van Ockham, een franciscaner monnik. Het houdt in dat men niet het bestaan van iets moet veronderstellen als onze ervaringen ook op een andere manier kunnen worden verklaard.

Wanneer er verschillende hypothesen zijn die een verschijnsel in gelijke mate kunnen verklaren, wordt aangeraden om die hypothese te kiezen welke de minste aannames bevat en de minste entiteiten veronderstelt. Volgens dit principe is, van twee theorieën die hetzelfde verklaren, de simpelste theorie dus (altijd) de beste.

is volgens hem van nature abstract en daardoor alleen indirect te testen door te kijken naar de uitkomsten van een theorie. Op deze manier is het wetenschappelijk echter alleen mogelijk om aan te tonen dat iets *niet* waar is. Een theorie die bijvoorbeeld zegt dat alle functionalistische ontwerpen rechthoekig zijn, is volgens Popper alleen te bewijzen door naar de gevolgen van de theorie te kijken. Dit betekent dat van *alle* mogelijke functionalistische ontwerpen vastgesteld moet worden dat ze rechthoekig zijn. Dit is uiteraard onbegonnen werk, maar zelfs principieel onmogelijk aangezien het niet mogelijk is om vast te stellen dat we alle functionalistische ontwerpen ook daadwerkelijk gehad hebben in ons hypothetische onderzoek. Het is echter wel eenvoudig de theorie te weerleggen door slechts één functionalistisch product te vinden dat rond is. Het asymmetrische van deze negatieve benadering ligt hem in het feit dat we door steeds meer aannames als niet waar te falsifiëren, we in principe toch nog steeds iets dichterbij een set van wetenschappelijke theorieën kunnen komen die wel als waar aangenomen kan worden. Er staat met opzet steeds dichterbij, want we zullen volgens deze wetenschappelijke opvatting nooit met zekerheid kunnen zeggen dat we het laatste stadium bereikt hebben. Iedere volgende set van theorieën is als het ware 'waardere' dan de vorige en in die zin voorlopig waar. Men kan immers de overblijvende, ongefalsifieerde set van theorieën per definitie niet bewijzen.

Vanuit hedendaags perspectief ontloopt Popper zich met deze negatieve methode van wetenschappelijke vooruitgang als de wetenschapsfilosoof van de modernisten bij uitstek⁹. Door immers alles wat niet functioneel is af te wijzen (te falsifiëren), hoopten de modernisten een steeds beter product te ontwerpen. Dit principe is ook bekend geworden als de ontwerpvariant van het wetenschapsfilosofische beginsel Ockham's Razor¹⁰: alles wat niet te maken heeft met het functioneren van het product, snijden we eraf.

Thomas Kuhn (1996) echter, heeft in 1962 met zijn publicatie *The Structure of Scientific Revolutions*, aangetoond dat de verzameling van wetenschappers doorgaans helemaal niet bezig is om steeds de eigen theorieën te ontcrachten en daarmee verder te ontwikkelen, maar eerder geneigd is precies het tegenovergestelde te doen. Men werkt binnen de eigen vertrouwde context, waarbij elke kennis die niet strookt met de set van

op dat moment algemeen aanvaarde theoriën in eerste instantie juist uiterst kritisch bejegend wordt. Volgens Kuhn heerst er op deze manier altijd een bepaalde status quo, die pas in gevaar komt als er steeds meer verschijnselen worden waargenomen die niet met de bestaande theorie in overeenstemming zijn te brengen. De status quo zal pas doorbroken worden als deze zogenaamde anomalieën een bepaalde kritische massa hebben bereikt, waarna er een ‘wetenschappelijke revolutie’ plaatsvindt die een nieuwe, algemeen aanvaarde theorie in het zadel helpt. Hiermee werd het idee van vooruitgang in principe naar de schroothoop verwezen. Er is in deze benadering immers geen enkele garantie meer dat een nieuwe theorie beter zou zijn dan de oude. Het enige criterium is dat de nieuwe theorie beter past bij de actuele wetenschappelijke werkelijkheid dan de oude.

Feyerabend (1975) introduceerde later de overtreffende trap van relativisering van het vooruitgangsbeginsel in zijn *Against Method; Outline of an anarchistic theory of knowledge*: ‘Without a fixed ideology, or the introduction of religious tendencies, the only approach which does not inhibit progress (using whichever definition one sees fit) is ‘anything goes’’. Volgens Feyerabend was theoretisch anarchisme menselijker dan een streng wetenschappelijk normen-en-waarden systeem (Feyerabend 1975: pp.17-22). Dat laatste zou de creativiteit om tot nieuwe ontdekkingen te komen alleen maar in de weg zitten, waarbij Feyerabend de lezer overigens ook nog vrij laat om zijn eigen idee van vooruitgang in te vullen. Feyerabend zelf heeft het nadrukkelijk over de vooruitgang van de wetenschap (in de zin van meer ontdekken en te weten komen) en niet over vooruitgang voor de *hele samenleving* zoals dat de modernisten voor ogen stond.

Deze anarchistische opstelling zou vervolgens het motto worden van een nieuwe generatie ontwerpers die zich analoog aan Feyerabend en Kuhn ging opstellen als een groep revolutionairen die de gevestigde modernistische orde omver wil werpen. Zoals we later zullen zien, namen deze postmodernisten juist de culturele betekenis van producten als uitgangspunt voor hun ontwerpen.

1.4 Geschiedenis

1.4.3 Naar een nieuw paradigma

Wordt het modernisme/functionalisme vereenzelvigd met het ‘idee van vooruitgang’, dan is het postmodernisme de culturele verpersoonlijking van het Feyerabendiaanse ‘anything goes’. Het nadeel van deze laatste opstelling is dat het geen enkel houvast genereert voor de ontwerppraktijk: alles is immers mogelijk. Het modernisme/functionalisme omvatte een vast aantal do’s en don’t’s die een heldere omschrijving vormden van de achterliggende ontwerpfilosofie: ‘Modernism came to be interpreted as a style (a set of forms, motifs and habits of mind) and as a dogma (a set of rules and principles) and it was as such that it was handed down to the next generation in the 1930’s’ (Wilk et al. 2006: p.154).

Door critici is een dergelijke set van ontwerpregels vaak weggezet als een stijl in enge zin, namelijk dat het functionalisme alleen een bepaalde vormgeving voorstond. Maar het heeft ook betrekking op de manier van ontwerpen: de visie en het doel dat de ontwerper voor ogen staat. In die zin kan het niet alleen houvast geven voor het ontwikkelen van de vormgeving van nieuwe objecten in een bepaalde vormtaal, maar ook houvast bij het ontwikkelen van nieuwe producten als geheel. In de hier voorliggende studie wordt een aanzet gegeven om op basis van historische ontwikkelingen aanvullende ontwerpregels te genereren voor de ontwerppraktijk van ná het modernisme, een aanzet voor een nieuw paradigma dus. Geheel in post-moderne stijl is de uitkomst van die studie waarschijnlijk niet écht een set van heldere regels, maar met de juiste blik zullen we, zoals uit het hiernavolgende blijkt, wel degelijk een aantal regelmatigheden kunnen onderscheiden.

1.4.4 Geschiedenis, Cultuurgeschiedenis en Ideeëngeschiedenis

De geschiedenis van het ontwerp is te beschouwen als cultuurgeschiedenis en gaat dus niet primair over gebeurtenissen en jaartallen, maar over de interpretatie van de werkelijkheid door de mensen die met die cultuur in aanraking komen, er in leven en haar vormen (Jordanova 2000; Burke 2008). Cultuurgeschiedenis gaat over mentale processen, wat betekent dat je het als ideeëngeschiedenis kunt interpreteren (Grafton 2006). De geschiedenis van het tegendraads ontwerp wordt dus de geschiedenis van de tegendraadse ontwerpideeën. De implicaties van



[1.20] Marcel Breuer – Stoel model B5 – 1926-1927, een strenge geometrie en minimaal materiaalgebruik voor de functie 'zitten'. De maximale transparantie van het ontwerp was ingegeven door sociale motieven en diende om zoveel mogelijk 'ruimte over te houden' binnen de kleine arbeidershuisvesting (Wilk et al. 2006: p.229).



[1.21] Masanori Umeda – Stoel 'I Fiori' – 1990, een bloem om op te zitten.

1.4 Geschiedenis

deze benadering zullen worden verduidelijkt in een voorbeeld, waarbij uiterlijk sterk gelijkende ‘modernistische’ en ‘postmodernistische’ ontwerpen met elkaar worden vergeleken.

Als je een willekeurig ontwerp uit de modernistische stroming naast een ontwerp van een vertegenwoordiger van de tegendraadse postmodernisten zet, lijkt dit een wereld van verschil [Figuur 1.20 en 1.21]. De stoel van Marcel Breuer is strak geometrisch en bevat niet meer dan een zitvlak, een rugleuning en een paar buizen om een en ander te ondersteunen. Strengheid in materiaal- en vormgebruik straalt er vanaf. De stoel van de Japanse ontwerper Masonori Umeda, prominent lid van de postmodernistische Memphis groep, is daartegen uitbundig vormgegeven als een bloem.

Aan de andere kant kun je voorbeelden vinden waarbij de ontwerpen van de traditionele modernisten en de tegendraadse postmodernisten juist heel erg op elkaar lijken [Figuur 1.23 en 1.24], of waarbij de zogenaamde modernistische ontwerpen nog veel uitbundiger lijken te zijn dan de postmodernistische [Figuur 1.22]. De kasten van Breuer en Aldo Cibic zijn allebei strak geometrisch van opbouw en glad afgewerkt, ze worden ook beide visueel interessant door een uitgeknipte vlakverdeling. De kast van de Belg Huib Hoste is hierbij vergeleken zelfs vrolijk te noemen.

Voor de goede verstaander - zeg maar de designhistoricus - zit het onderscheid hem in het licht gekantelde vakje rechtsboven in de kast van Cibic. Een dergelijke frivoliteit zou binnen het modernisme, waarin de dictatuur van de rechte hoek regeerde, ondenkbaar zijn. Om de verschillen tussen deze stromingen echter werkelijk duidelijk te laten worden, is het handiger om te kijken naar de ideeën die aan de ontwerpen ten grondslag lagen, in plaats van uitsluitend de vormgeving te analyseren. De ontwerpvisie van waaruit de objecten zijn ontstaan, want: ‘In feite is ontwerpen een probleemoplossende activiteit gebaseerd op een bepaalde principiële overtuiging.’ (Crouwel 2008: p.122).

Voor de functionalistische modernisten (of modernistische functionarissen) was een rationele benadering van het ontwerp heel belangrijk. Volgens het inmiddels bekende ‘Form Follows Function’ moest de



[1.22] Huib Hoste – Kast voor het huis 'Geerardijn' in Brugge – 1927, een houten kast, ontworpen door een 'modernistische' architect (Bekaert 2005: pp.153-155). De nadrukkelijke vlakverdeling kan worden toegeschreven aan de nauwe banden die Hoste onderhield met *De Stijl*.



[1.23] Marcel Breuer – Bezemkast – 1929, een stalen kast, opgebouwd volgens de principes van het modernisme (Droste et al. 1999: p.98).



[1.24] Aldo Cibic – kast 'Credenza' – 1987, gelakte houten kast, ontworpen door een 'leerling' van postmodernist Ettore Sottsass (Bellati 1993: pp.30-34).

1.4 Geschiedenis

verschijningsvorm van een product rechtstreeks betrekking hebben op zijn functioneren (Drukker 2007). In de praktijk moest het ontwerp vaak ook nog verwijzen naar de manier waarop het geproduceerd was (Wilk et al. 2006: pp.154-156). Dit alles zonder overbodige fratsen, want volgens inspirator Adolf Loos was ornament immers een ‘misdad’, die inging tegen de gewenste ontwikkeling in de richting van een steeds zuiverder en verder ontwikkelde cultuur (Joris et al. 1984). De ontwerpen van de modernisten verwijzen hierdoor altijd naar zichzelf (hun functie, structuur of vervaardiging (Venturi et al. 1977; Jencks 1984)) en niet naar de wereld om zich heen. Zie voor een overzicht van de ontwerpregels van de modernisten tabel 1.1.

Ontwerprichtlijnen van het Modernisme / Functionalisme
Een goed ontworpen product is ontworpen op basis van wetenschappelijk onderzoek en wetenschappelijke inzichten.
Een goed ontworpen product is doorzichtig en helder in zijn functionaliteit ('Form Follows Function') en daardoor minimalistisch in zijn vormgeving (Ockam's razor).
Esthetische beleving is universeel gebaseerd op wettelijke wetten. Producten moeten voldoen aan een wettelijke c.q. geabstraheerd organische vormtaal.
Er bestaat zoiets als een 'ideaaltype' van elk product. Dit kan in de loop der tijd steeds beter benaderd worden door te ontwerpen op basis van de meest recente wetenschappelijke inzichten en door gebruik te maken van de meest recente technologie (de vooruitgangshypothese).
In essentie zijn alle mensen gelijk. Een ideaal product is dus ideaal voor iedereen.
Massaproductie is de oplossing om goede producten binnen het bereik van de grote massa der bevolking te laten komen: een ontwerper werkt dus nooit voor een exclusieve clientèle.

[Tabel 1.1] Humanistisch modernisme en functionalisme: de onlosmakelijke band tussen wetenschappelijke ethiek en wetenschappelijke esthetiek (Drukker 2007)

De bekende stoel van Rietveld bijvoorbeeld, wordt voor het modernistisch ontwerp een goed voorbeeld gevonden doordat de structuur van de stoel zo mooi zichtbaar gemaakt is [Figuur 1.25]. De verschillende onderdelen die nodig zijn voor het 'zitten' (rugleuning, zitvlak en armleggers) zijn heel duidelijk afzonderlijk te onderscheiden.



[1.25] Gerrit Rietveld – armstoel – 1918, De Stoel van Rietveld was oorspronkelijk in donker hout uitgevoerd. Hij werd pas in 1923, nadat Rietveld in contact gekomen was met de andere leden van De Stijl, in primaire kleuren geverfd om de structuur nóg beter uit te laten komen (Simon Thomas 2008: p.71). Dit laatste blijktbaar als gevolg van een suggestie van de schilder Theo van Doesburg (Radice 1984: p.121).



Maxine en Ralph



[1.26] Maxine Naylor en Ralph Ball – ‘Rietveld Chair’ – 2005, door de herhaling van de stoel wordt de inherente structuur van het ontwerp nog eens benadrukt.

[1.27] Aldo Cibic – ‘Andy’, ‘Sandy’ en ‘Louis’ – 1987, meubels van gelakt hout met de simpele en robuuste vormtaal van (houten) speelgoed.



Dit wordt nog duidelijker als we de adaptatie van Maxine Naylor en Ralph Ball bekijken [Figuur 1.26]. Volgens de ontwerpers: 'Mixing Rietveld's abstraction with more concrete domestic cultural associations relating to chairs might produce ideas like this. Other layers of information and meaning are added and the conceptual austerity of Rietveld's original teeters on the edge of the cosy domesticity of the three-piece suite.' (Naylor & Ball 2005: p.51).

1.4 Geschiedenis

Doordat de gestructureerde opzet van de Rietveldstoel zo contrasteert met de associatie van gezelligheid die een driezitsbank oproept wordt het een intrigerend object, dat feilloos het inhoudelijke probleem van de klassieke opvatting van form-follows-function bloot legt. Wat is er immers functioneel aan een driezitsbank die niet gezellig is?

De postmoderne bloemenstoel van Masonori Umeda is min of meer het tegenovergestelde van de Rietveldstoel. De 'I Fiori' verwijst niet naar 'zichzelf' en ook niet naar de structuur van het zitten. De stoel laat zich daardoor ook minder eenduidig vermenigvuldigen tot een driezitsbank, maar heeft met haar bloenvorm wel de belofte van zachtheid, frisheid, geborgenheid of iedere andere eigenschap die men aan een bloem zou kunnen verbinden.

In dit licht bezien is de 'speelse' asymmetrische indeling van de bezemkast van Marcel Breuer uit figuur 1.22 ook gewoon te verklaren vanuit de functionaliteit. Ergens moet er voldoende hoogte zijn in de kast om de bezemsteel te kunnen behuizen. De speelse indeling van de kast van Aldo Cibic is daarentegen echt speels bedoeld, met als kleine postmodernistische knipoog het schuin geplaatste vakje rechtsboven. Als je de kast vervolgens naast andere ontwerpen van Cibic plaatst, valt het op dat door de verhoudingen van de objecten een duidelijke verwijzing naar speelgoed is aangebracht [Figuur 1.27]. De ogenschijnlijke helderheid van de ontwerpen komt dan ook voort uit de eigenschap van speelgoed dat het vaak een vereenvoudiging van de werkelijkheid is. Ze komt dus voort uit een culturele betekenis en niet uit een ontwerprichtlijn die stelt dat het vorm te geven object *van zichzelf* zo helder en eenvoudig mogelijk moet zijn.



[1.28] René Magritte – 'La Trahison des Images' (Woordbreuk der beelden) of 'Ceci n'est pas une pipe' – 1928-1929.

1.5 Betekenis en betekenis

1.5 Betekenis en betekenis

Nu het duidelijk wordt dat de ontwerpen in dit betoog beoordeeld en aangehaald zullen worden op hun bedoeling, oftewel de achterliggende betekenis die de ontwerper of ontwerpster probeert over te brengen met zijn of haar ontwerp, is het noodzakelijk om het begrip betekenis in de context van het ontwerpen verder uit te diepen. Uit het voorbeeld van de meubels van Aldo Cibic werd al duidelijk dat de betekenis van een object niet altijd in het object zelf schuilt, maar ook kan verwijzen naar een element buiten het object. Alhoewel dit concept in de ontwerptheorie stamt uit de jaren zeventig en tachtig van de twintigste eeuw, wordt het het best geïllustreerd met een bekend schilderij van René Magritte uit 1928: *Ceci n'est pas une pipe* [Figuur 1.28].

Het schilderij zegt 'dit is geen pijp' omdat het een *afbeelding* van een pijp is, oftewel het schilderij is een *symbool* voor een pijp en daarmee een verwijzing naar een echte pijp. Dit principe staat aan de basis van de semiotiek, die in de ontwerpdiscipline geïntroduceerd is in de theorie van de producttaal, in de jaren zeventig in Duitsland ontwikkeld (Bürdek 1996: pp.235-236). De semiotiek borduurt op zijn beurt voort op de semantiek, de leer van de betekenis van woorden. Het moge duidelijk zijn dat het woord 'pijp' eenzelfde soort *symbool* is als de tekening van Magritte, namelijk een verwijzing naar een echte pijp. Het lastige van het begrip betekenis is echter dat het symbool voor de pijp, of het nu een woord, een plaatje of een 3d-model is, *pas betekenis krijgt* als de toeschouwer kennis heeft van wat een pijp in werkelijkheid *is*. De betekenis van het symbool wordt pas ingevuld door de toeschouwer, eigenlijk ongeacht de betekenis die de maker/gever van het symbool er mee *bedoelt*. Met andere woorden, er is slechts sprake van een eendui-



[1.29] René Magritte – ‘Sleutel der Dromen’ (La cle des songes) – 1930, de schilder geeft actief sturing aan de interpretatie van de beelden: een ei is een boom, een schoen is de maan, en zo voort.

dige betekenis als zender en ontvanger van een symbool een gemeenschappelijk referentiekader hebben.

Dit is de basis voor het begrip sociale semiotiek dat onder andere Hodge en Kress (1988) uitwerken¹¹. Zij betogen dat de analyse van symbolen en de daarbij behorende betekenissen -het onderwerp van de semiotiek- altijd gedaan moet worden in de context van sociale relaties en processen (Hodge and Kress 1988: pp.1-2). Als de betekenis van een symbool, of ontwerp, pas ontstaat door de interpretatie van de toeschouwer, kan de bedoeling van de maker immers slechts op de juiste wijze gecommuniceerd worden als maker en toeschouwer eenzelfde associatie hebben bij het symbool, dat wil zeggen, als maker en toeschouwer de betekenis hebben aangeleerd in dezelfde sociale context. Daarbij zijn we in feite weer terug bij de aanname van Adrian Forty: 'No design works unless it embodies ideas that are held in common by the people for whom the object is intended.' (Forty 1995: p.245). Dat betekent dus dat Aldo Cibic zijn meubels alleen op speelgoed kan laten lijken als zijn publiek eenzelfde idee heeft bij speelgoed - dat het een vereenvoudiging is van de werkelijkheid. Het gaat er dus om dat de toeschouwer eenzelfde referentiekader heeft voor de interpretatie van het idee van het ontwerp. Als Cibic zijn kasten in een andere sociale context zou plaatsen - een waarbij zijn publiek bijvoorbeeld het idee heeft dat speelgoed goedkoop, schreeuwerig vormgegeven en inferieur is - krijgen zijn ontwerpen een andere betekenis. Als de meubels van Cibic in een franciscaner klooster worden geplaatst, krijgen de kasten zelfs eerder een religieuze lading. De eenvoudige vormen zullen dan in verband worden gebracht met ascese en terughoudendheid, in plaats van met speelgoed. Door de *context* van een symbool te veranderen, is het dus mogelijk de betekenis van het symbool voor de toeschouwer te veranderen. In sociaal-culturele studies wordt dit *transformatie* genoemd (Thwaites et al. 1994: pp.61-65).

Als er op enig moment sprake is van een gezamenlijk referentiekader, kan er ook bewust met de betekenis gespeeld worden. Magritte geeft weer het goede voorbeeld. In het schilderij *Sleutel der Dromen* geeft hij de toeschouwer in een variant op het bekende Boom-Roos-Visleesplankje een alternatieve betekenis voor de dingen [Figuur 1.29]. Bij de afbeelding van een kaars staat bijvoorbeeld vermeld 'het plafond', wat bij de toeschouwer vervolgens een vervreemdend effect oproept

1.5 Betekenis en betekenis

¹¹) Hodge en Kress splitsen het begrip sociale semiotiek verder op en geven allerhande definities, waardoor een soort grammatica van sociale betekenisvorming ontstaat. Voor het hier voorliggende betoog is deze opdeling verder niet van belang. Wel interessant is dat Kress dit later samen met van Leeuwen toepast op 2d visuals in: *Reading Images; the grammar of visual design*. (Kress & van Leeuwen 1996).



[1.30] Marcel Wanders – ‘Andries’ kandelaar – 1995, gemaakt van van verzilverd staal en onderdeel van een serie: ‘The collection also includes a candleholder after glasses by Tapio Wirkkala, c. 1950 and Ettore Sottsass, 1990, forming a brief history of glass design’. (Joris et al. 1999: p.48).

omdat de meesten van ons vanuit het gemeenschappelijk referentiekader hebben geleerd dat een *afbeelding van een kaars* verwijst naar een kaars, en niet naar een plafond. De vervreemding is zelfs dubbel, omdat de kaars ook nog een metafoor zou kunnen zijn voor gezelligheid en romantiek, wat bij een plafond alweer niet het geval is.

1.5

Betekenis en betekenis

Bij de 'Andries' kandelaar van Marcel Wanders is hetzelfde mechanisme aan het werk [Figuur 1.30]. Voor de enigzins cultureel ontwikkelde westerse mens is het object een kaarsenhouder in de vorm van een op zijn kop gezet wijnglas. Dit maakt de kaarsenhouder bijzonder omdat vanuit het gemeenschappelijk referentiekader het wijnglas wordt gezien als een object om uit te drinken en niet om een kaars op te zetten. Hoe meer consensus er vervolgens bestaat over de gangbare betekenis van het voorwerp, hoe groter het vervreemdende effect¹².

Zonder het referentiekader van het wijnglas als cultureel object, kan de kandelaar slechts gezien worden als een functioneel uitgekiende vorm, met een stabiele basis tegen het omvallen en een handig plateau'tje voor het opvangen van druipend kaarsvet. Wat het ontwerp in dit voorbeeld nog interessanter maakt is dat het gemeenschappelijk referentiekader ook nog speelt op verschillende niveau's. Voor de echte kenner van de Nederlandse ontwerpgeschiedenis verwijst de naam 'Andries' namelijk naar glasontwerper Andries Copier, die specifiek deze vorm van het karakteristieke wijnglas in 1930 ontwierp voor glasfabriek Leerdam. Eenzelfde gelaagde betekenis ontstaat in het eerder getoonde voorbeeld van de getransformeerde Rietveldstoel van Naylor en Ball. Door de stoel te presenteren samen met een driezitsbankje verwijst de afbeelding naar een typische huiskameropstelling van zitmeubels. Die opstelling verwijst weer naar een soort 'huiselijke gezelligheid' waarbij het streng geometrische ding eigenlijk belachelijk wordt gemaakt. Zoals eerder gesteld, maakt dit voorbeeld andermaal duidelijk dat het fundamentele adagium van het functionalisme, namelijk dat de verschijningsvorm van een product rechtstreeks en eenduidig bepaald wordt door zijn functionaliteit, in feite een wel heel grote inperking is van de functie van die verschijningsvorm.

¹²) Zie voor een verdere uitwerking van het mechanisme van het toekennen van betekenis bijvoorbeeld: *Contextual Influences on the Meanings Ascribed to Ordinary Consumption Objects* (Kleine III & Kernan 1991)



[1.31] Studio Alchymia – Poster voor de 'Bau•haus' collectie – 1979, op de tentoonstelling waren werken te zien van Ettore Sottsass Jr.,Alessandro Mendini,Andrea Branzi,Trix & Robert Haussmann, UFO, Michele De Lucchi en Paola Navone (Sato 1988: p.17).

1.6 Conclusie

1.6 Conclusie: wat verstaan we onder tegendraads ontwerp

Voor onze geschiedenis van het tegendraads ontwerp gaat het dus, zoals in paragraaf 1.4.4 uiteengezet is, om de visie van waaruit de objecten zijn ontworpen. Als we dit uitgangspunt combineren met het wetenschapsfilosofische perspectief van Kuhn, zoals toegelicht in paragraaf 1.4.2 én binnen het historische kader dat dit onderzoek begrenst, betekent dat dus dat in het hiernavolgende:

De verzameling van tegendraads ontworpen producten bestaat uit al die objecten die zijn ontworpen vanuit de visie het bestaande ontwerp-paradigma van het functionalisme te ondermijnen.

Op deze manier vallen de Italiaanse ontwerpgroepen Memphis en Alchymia bijvoorbeeld binnen dit kader doordat zij die visie duidelijk tentoonspreidden, soms nog voor er eigenlijk één product op de markt was. Alessandro Guerriero noemde de eerste tentoonstelling van een nieuwe lichter Italiaanse ontwerpers in zijn Studio Alchymia in Milaan zelfs plagerig ‘Bau·haus’ [Figuur 1.31]. In 1985 schrijft Alessandro Mendini, als een van die ontwerpers, hierover in zijn ‘Alchymia Manifest’: ‘For Alchymia¹³, objects must be both “normal” and “abnormal”¹⁴. Their ordinariness makes them flow together into everyday reality and into the need for humdrum standardization, whilst their exceptional character removes them from habit and connects them with the need for the unexpected and the accidental, for difference and transgression.’ (gecit.in: Sato 1988: p.7).

In deze studie gaan we dus op zoek naar de regelmaat achter de onregelmatige ontwerppraktijk; op zoek als het ware naar de rechte lijn in

¹³) In de literatuur wordt zowel ‘Alchymia’ als ‘Alchimia’ gebruikt. Ik houd de oorspronkelijk Italiaanse versie ‘Alchymia’ aan in de tekst, maar citeer daarbij de (internationale) variant ‘Alchimia’ wordt gebruikt, laat ik intact.

¹⁴) Vergelijk met de ‘Andries’ kandelaar van Marcel Wanders uit hoofdstuk 1.5: de vorm van het wijnglas is normaal en herkenbaar, terwijl het wijnglas dat als kandelaar wordt gebruikt tegelijkertijd abnormaal is.

de geschiedenis van ontwerpen die zich juist afzetten tegen de rechtlijnigheid. Op deze manier krijgen we hopelijk wat meer inzicht in wat je moet *doen*, om emotionaliteit en betekenisgeving in het productontwerp goed tot uitdrukking te brengen. Volgens Majorick (1959: p.208) nogmaals: 'Men krijgt zo langzamerhand het gevoel, dat men al te diep gebogen heeft voor de machine en dat de complete mens met zijn grilligheden, zijn gevoel voor het irrationele, voor het spel, enzovoorts niet meer aan zijn trekken komt.'

De mens en zijn culturele context blijken juist cruciaal voor de juiste interpretatie van het tegendraads ontworpen object, want in relatie met de trits Popper-Kuhn-Feyerabend uit paragraaf 1.4.2 en het perspectief van de ideeëngeschiedenis zoals geschetst in paragraaf 1.4.4 kunnen we stellen dat, als een voorwerp binnen het modernisme gekarakteriseerd werd als een verzameling functionaliteiten - de spreekwoordelijke *machine* van Le Corbusier¹⁴ -, dat binnen het postmodernisme een voorwerp beschouwd moet worden als een verzameling betekenissen. In de hoofdstukken twee tot en met vijf, over de tegendraadse ontwerp-geschiedenis, zal verder ingegaan worden op het hoe en waarom van deze overgang. In hoofdstuk zes wordt daarna invulling gegeven aan de betekenis van deze overgang voor de ontwerppraktijk.

De centrale vraagstelling in de onderliggende verhandeling is uiteindelijk tweeledig. Aan de ene kant gaat dit proefschrift over de betekenis van het postmodernisme voor het ontwerpen;

Hoe heeft het tegendraads ontwerp zich ontwikkeld sinds de opkomst van het postmodernisme en welke invloed heeft dit gehad op het industrieel ontwerpen?

Aan de andere kant gaat dit proefschrift over methoden van ontwerpen. Het gaat er immers om 'wat we in de plaats kunnen stellen' voor het form-follows-function in letterlijke zin. We willen uiteindelijk weten hoe je de inzichten uit de voorgaande vraag zou kunnen gebruiken als ontwerper, dus:

Hoe kunnen we de resultaten van de geschiedenis van het tegendraads ontwerpen vruchtbaar toepassen in de hedendaagse ontwerppraktijk?

¹⁴) Zie paragraaf 1.4.2, hieraan voorafgaande.

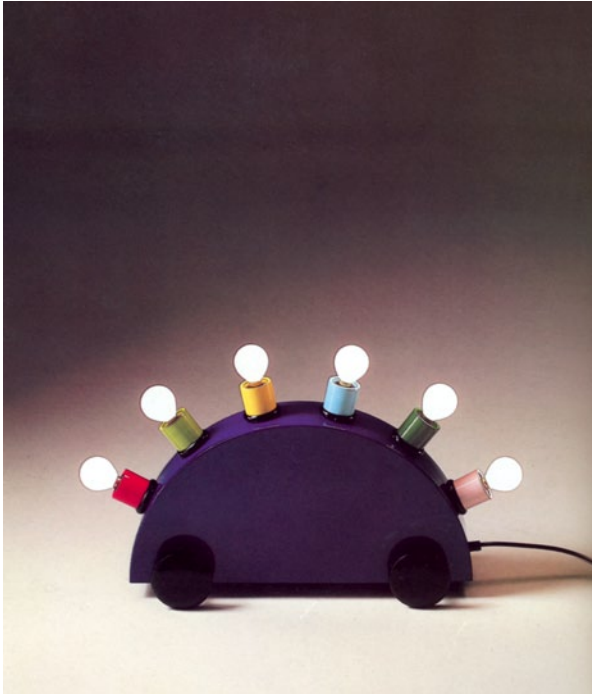
2 Het postmodernisme

2 Het postmodernisme als tegenbeweging

Begin jaren zeventig eindigde het technologisch optimisme, dat nog stamde uit de positivistische, maar tevens beklemmende wederopbouw-jaren, abrupt met de publicatie van *Grenzen aan de groei* door Dennis Meadows¹⁶ en het tegelijkertijd uitbreken van de energiecrisis (Drukker & van Velzen 2010: pp.2-5). Het vooruitgangsgeloof dat gebaseerd was op een rotsvast vertrouwen in de voortdurende ontwikkeling van nieuwe technologie die alle maatschappelijke noden zou lenigen, kwam ten einde (Erlhoff et al. 1990: p.13). Het postmodernisme, al in de late jaren zestig begonnen als een wat obscure stroming in de autonome kunst (O'Doherty 1971: p.19), groeide via allerlei maatschappelijke bewegingen en politieke stromingen uiteindelijk uit tot een alomvattend kenmerk van onze westerse kapitalistische cultuur (Jameson 1991). In het ontwerpen vertaalde dit zich in een tegenbeweging die de modernistische 'Form Follows Function' en het daarbij behorende 'Less is More' effectief aan de kaak stelde (Drukker 2007). De bekendste groepen hierin waren Alchymia (Sato 1988) en Memphis (Horn 1986; Labaco et al. 2006) uit Italië. In Duitsland werd de beweging 'Neue Design' genoemd (Erlhoff et al. 1990; Bürdek 1996), een stroming die ook weer verwant was aan de Engelse punk (Huygen 1989).

¹⁶) Originele titel: *The Limits to growth: a global challenge*, gemaakt in opdracht van de Club van Rome en gepubliceerd in 1972. De Club van Rome is een particuliere stichting die in 1968 door wetenschappers, politici en journalisten werd opgericht uit bezorgdheid voor het menselijk bestaan in de toekomst.

Het probleem met de teloorgang van het functionalisme als leidend ontwerpprincipe was echter, dat hetgeen er voor in de plaats gesteld werd door de postmodernisten, geen volwaardig alternatief leek. In dit boek zal later duidelijk worden dat ondanks de aanvankelijke scepsis, het gedachtegoed van de postmodernisten op den duur toch succesvoller bleek dan aanvankelijk werd gedacht en uiteindelijk zelfs een deel van de ontwerpwereld is gaan domineren.



[2.1] Martine Bedin – ‘Super Lamp’ – 1981. Met zijn open en bloot geplaatste peertjes was deze lamp niet echt huiselijk te noemen. Maar met zijn vrolijke uitstraling zorgde het als object wel voor een toen nog ongebruikelijke associatie met speelgoed en misschien zelfs een soort huisdier.



[2.2] Ettore Sottsass – ‘Carlton’ kast – 1981. Omdat de kast als boekenkast niet erg functioneel was met zijn scheve planken noemde Sottsass hem ‘room divider’. De ‘kast’ was de grote blikvanger (‘center piece’) van de eerste Memphis collectie. De totempaal-achtige structuur wordt toegeschreven aan Sottsass’ contact met niet-westerse culturen (Bellati 1993: p.17; Labaco et al. 2006: p.49).

2.1 Postmodernisme

2.1 Postmodernisme

De doorbraak van het postmodernisme in de productvormgeving kwam eigenlijk vrij laat. Om precies te zijn: op 18 september 1981 in de Arc '74 galerie in Milaan¹⁷, met de opening van de eerste tentoonstelling van de ontwerpersgroep die zich rond de vierenzestigjarige Ettore Sottsass had gevormd en zichzelf Memphis had genoemd. Met, volgens de *art director* van de groep en publiciste Barbara Radice: 'thirty-one pieces of furniture, three clocks, ten lamps, eleven ceramics, and twenty-five hundred people.' (Radice 1984: p.26).

Deze verzameling spullen, waaronder de 'Carlton' kast van Ettore Sottsass en de 'Superlamp' van Martine Bedin [Figuur 2.1 en 2.2], maar ook minder bekende voorwerpen zoals het 'Plaza' boudoir van Michael Graves en de 'Hilton' theewagen van Javier Mariscal [Figuur 2.3 en 2.4], sloeg in als een bom zoals dat heet. De objecten waren allemaal even uitbundig vormgegeven, met een vrolijk kleurenpalet en wilde combinaties van vormen. Kunstcriticus Richard Horn (1986: p.19) schreef met gevoel voor understatement: 'The furniture and lamps in this first collection were striking, to say the least.'

¹⁷) Eigenlijk was Alchymia met haar Bau-haus tentoonstelling (zie figuur 1.30) al eerder naar buiten getreden. Alchymia was echter niet zo succesvol in de media en verzuimde eigenlijk haar ontwerpen daadwerkelijk op de markt te brengen (Bellati 1993: p.17). Zie hiervoor verder paragraaf 2.2, hierna volgend.

De publiciteit rond het evenement, effectief gecoördineerd door de eerder genoemde Barbara Radice, was enorm (Labaco et al. 2006: p.12). De tot de verbeelding sprekende titel 'Memphis' was volgens de overlevering ontleend aan een liedje dat gedraaid werd tijdens een oprichtingsbijeenkomst bij Ettore Sottsass thuis. Radice schrijft; 'There was a Bob Dylan record on, "Stuck Inside of Mobile with the Memphis Blues Again", and since nobody bothered to change the record, Bob Dylan went on howling "the Memphis Blues Again" until Sottsass said "OK,



[2.3] Javier Mariscal – ‘Hilton’ trolley – 1981. De Spanjaard Mariscal was door Sottsass gevraagd mee te doen aan de Memphis collectie naar aanleiding van zijn stripachtige ‘Duplex’ barkruk, ontworpen in 1980 voor het interieur van de gelijknamige club in Valencia (Ketterer Kunst 2008). Bij deze theewagen zijn het vooral de extra achterwieltjes die het geheel een koddige uitstraling geven, door de verwarring die ontstaat over de bijbehorende associaties: aan de ene kant een doorzichtig en dus licht product en aan de andere kant een zware zes-assige vrachtwagen. Ook in dit product heeft Mariscal de comic-strip beeldtaal toegepast door de schuine plaatsing van de staanders die snelheid suggereren.



[2.4] Michael Graves – ‘Plaza’ kaptafel – 1981. Bij de eerste Memphis tentoonstelling was het extravagante ontwerp van de Amerikaan Graves een vreemde eend in de bijt, met zijn nadrukkelijke verwijzing naar de Amerikaanse Art Deco van de jaren '20 (Meikle 2005; p175). Het object lijkt vooral bedoeld om jezelf een eigentijdse variant van een beroemdheid uit het tijdperk van de stomme film te wanen.

2.1 Postmodernisme

let's call it Memphis", and everybody thought it was a great name: Blues, Tennessee, rock'n'roll, American suburbs, and the Egypt, the Pharaoh's capital, the holy city of the god Ptah.' (Radice 1984: p.26). Memphis bleek later inderdaad een prima naam voor de groep omdat het de versmelting van zogenaamde hogere en lagere cultuur die in de ontwerpen expressief werd gevierd (kitsch!¹⁸) in zich verenigde. Memphis is, zoals Radice het zegt, immers zowel de geboortestad van Elvis als de hoofdstad van Egypte in de oudheid.

De Memphis ontwerpen maakten in eerste instantie vooral indruk op de ontwerpelite, want de collectie richtte zich nadrukkelijk op een kapitaalkrachtig publiek, door de prijsstelling en de internationale distributie via design-galleries¹⁹ [Figuur 2.5]. Dit elitaire karakter was in eerste instantie niet de bedoeling van de ontwerpers, die in het oprichtingsstatuut van de groep zelfs hadden opgenomen dat alle ontwerpen geschikt moesten zijn voor serieproductie van 'zo nodig 20.000 stuks' [Ettore Sottsass (gecit. in: Hofstede et al. 1989: p.8)] 'omdat we niet gelijkgesteld wilden worden aan 'kunstenaars'.'

Toenmalig directeur van de Italiaanse lampenfirma Artemide, Ernesto Gismondi, was door de groep bereid gevonden om de commerciële leiding op zich te nemen. Met zijn netwerk en financiële middelen was hij een belangrijke factor in de totstandkoming en verspreiding van de Memphis ontwerpen (Radice 1984; Hofstede et al. 1989). De vormgeving, uitwerking en wijze van presentatie van de ontwerpen maakten de producten in zekere zin toch tot kunstvoorwerpen, in ieder geval voorzien van bepaalde kenmerken van kunstwerken. Gismondi zegt hierover: 'Voor de werkelijke verspreiding van Memphis moet men begrijpen dat de produkten alleen konden worden afgezet aan een beperkt publiek dat een bepaalde cultuur aanhangt en bepaalde economische mogelijkheden bezit.' [...want] 'een produkt kan niet in serie worden gemaakt, alleen omdat de ontwerper denkt dat het mogelijk is.' (Hofstede et al. 1989: p.11). Bovendien is het natuurlijk een vorm van elitisme als je als consument een 'boekenkast' aanschaft waar je eigenlijk geen boeken in kwijt kunt. Dit kun je namelijk alleen maar doen als je al een andere boekenkast hebt waar je boeken wél in kunnen.

¹⁸) Kitsch is volgens het woordenboek: 'schijnkunst die van een vals sentiment getuigt' [van Dale elektronisch groot woordenboek 2009] en wordt geassocieerd met baroque, cliché-matigheid, neo-stijlen en namaak.

¹⁹) In Nederland bijvoorbeeld via Galerie Copi in de Prinsenstraat in Den Haag (Hofstede et al. 1989: pp.8-9).



[2.5] Nathalie Du Pasquier (tekening) – poster voor de Memphis collectie van (design)galerie Copi in Den Haag, 1983 – de interieur tekening is gedateerd uit 1982.

2.1 Postmodernisme

De centrale figuur uit de groep, Sottsass, verklaarde dat het grote verschil tussen een kunstvoorwerp en design voor hem was, dat er een context omheen bestond: 'dat je een gehele omgeving moet ontwerpen of liever gezegd, dat je voor een omgeving moet werken. De kunstenaar daarentegen werkt aan de voltooiing van een kunstwerk, dat op zichzelf af is' (Hofstede et al. 1989: p.8). De vraag is echter of dit in de collectie wel gelukt was. De meeste objecten hadden een nogal dwingende eigen vormtaal, die vroeg om een terughoudende omgeving. Gismondi zegt daarover: 'Er zijn slechts twee huizen die exclusief door Memphis zijn ingericht en deze behoren allebei aan Lagerfeld toe: één van onze belangrijkste klanten in de beginfase. Nadat men er drie minuten in heeft doorgebracht, wil men zichzelf voor het hoofd schieten.' (Hofstede et al. 1989: pp.11-12). [Figuur 2.6 en 2.7].

Ettore Sottsass was zelf later ook geen voorstander van al teveel Memphis objecten bij elkaar in één kamer (Sottsass et al. 1988: p.94) en ook Richard Horn gaf in zijn boek over de beweging een voorzichtig interieuradvies: 'Memphis' 1981 collection included Martine Bedin's little "Super" lamp [...], which looks a bit like an electric porcupine [Figuur 2.1]. This lamp will not provide much light; however, in a sparsely furnished room with lots of floor space, it might be kept on the floor as a design *objet*.' (Horn 1986: p.32)

Al met al waren de ontwerpen van de Memphis groep dus vooral extravagant, duur, zeldzaam en weinig functioneel. Dat het niet lukte om de van de Memphis ontwerpen alledaagse voorwerpen voor een groot publiek te maken, neemt echter niet weg dat men er wel in geslaagd was om een groot publiek te bereiken via alle media-aandacht voor de beweging, inclusief verschillende tentoonstellingen²⁰ en publicaties. Op die manier heeft de groep gezorgd voor de definitieve introductie van een meer figuratieve, beeldende en op de gebruiker gerichte vormgeving. De betekenis van de vorm richtte zich in het vervolg ook op de emotie van de toeschouwer, in plaats van alleen op de intrinsieke opbouw van het object zelf. Deze aanpak heeft veel navolging gekregen, hoewel de specifieke vormtaal van de Memphis groep (felle kleuren, decoratieve patronen en overdadig gebruik van geometrische vormen²¹) na aanvankelijk veel gekopieerd te zijn²², al snel weer uit de mode raakte. Dit was overigens ook het idee van de ontwerpers zelf. Radice

²⁰) Ook in Nederland: in 1984 werd de tentoonstelling *Memphis* georganiseerd in het Museum Kruithuis den Bosch (Joris et al. 1984). In 1989 werd in het Groninger Museum een overzichtstentoonstelling gehouden getiteld *Memphis; 1981-1988* (Hofstede et al. 1989).

²¹) Aldus samengevat door design-historica Penny Sparke (Labaco et al. 2006: p.12).

²²) Richard Horn stelt in 1986 al, dat; 'The Memphis "look", [...], will remain, as is abundantly evident from the way affordable nonelitist Memphis-like designs have started entering the market.' (Horn 1986: p.29).



[2.6] Het 'Beverly' dressoir van Ettore Sottsass in een appartement van Karl Lagerfeld – 1981. Op de achtergrond Marco Zanini's 'Dublin' sofa en een foto van Helmut Newton.



[2.7] Karl Lagerfeld zelf in zijn compleet met Memphis meubels ingerichte appartement in Monte Carlo. Onder andere 'Riviera' stoelen van Michele De Lucchi, tafel 'Pierre' en staande lamp 'Luna' van George Sowden, een 'Suvretta' boekenkast van Ettore Sottsass en keramiek van Matteo Thun. Volgens Ernesto Gismondi werd je in het appartement 'gillend gek' (Hofstede et al. 1989: pp.11-12).

vat het als volgt samen: ‘Memphis never feared fashion, being a fashion, or going out of fashion. [...] I quote from my introduction to the catalogue, the statement that perhaps caused the greatest uproar at the time of the presentation in 1981: “We are all sure that Memphis furniture will soon go out of style.”’ (Radice 1984: pp.185-186).

2.1 Postmodernisme

Eind jaren negentig was Memphis alweer geschiedenis, terwijl de mainstream nog niet eens gewend was aan de nieuwe uitbundigheid. Een kunstrecensent verwoordde de ambivalentie van het grote publiek tegenover al deze nieuwigheid naar aanleiding van een retrospectief van Mendini in 1989 in Gent: ‘Onze bedenkingen over deze tentoonstelling mogen niet verhinderen dat de expositie an sich zeer merkwaardig is en beslist de moeite loont ze te gaan bekijken.’ (de Wilde 1989).



[2.8] Robert Venturi – ‘Road Scene from God’s Own Junkyard’ – 1964/1972, gezien vanuit de auto is het reclamebord belangrijker dan het gebouw zelf. Overgenomen door Venturi uit: Peter Blake, *God’s Own Junkyard* (1979: p.124).



[2.10] Robert Venturi – Reclame voor Caesar’s Palace in Las Vegas – 1972, ‘The sign is more important than the architecture. [...] The sign at the front is vulgar extravaganza, the building at the back a modest necessity.’ (Venturi et al. 1977: p.13).



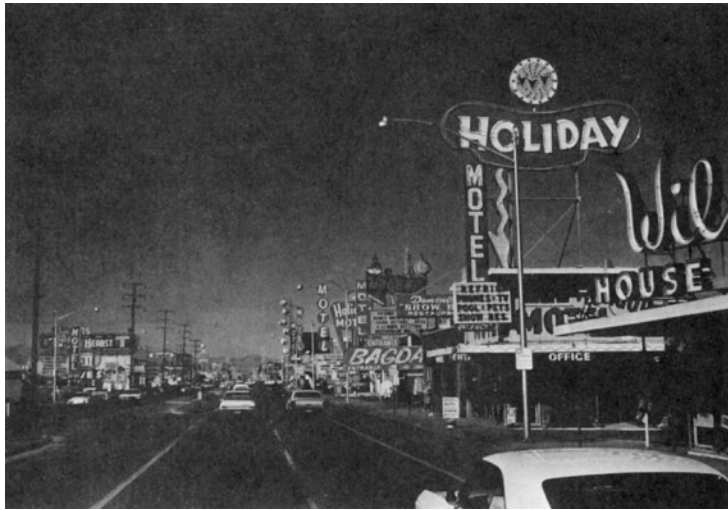
[2.9] Tradewinds Motel – Ansichtkaart ‘Lakewood California’ – 1950s, typisch Amerikaanse mainstream-architectuur volgens het door Venturi omschreven “Big-sign - Little building” principe (Venturi et al. 1977: p.13).

2.2 De aanloop

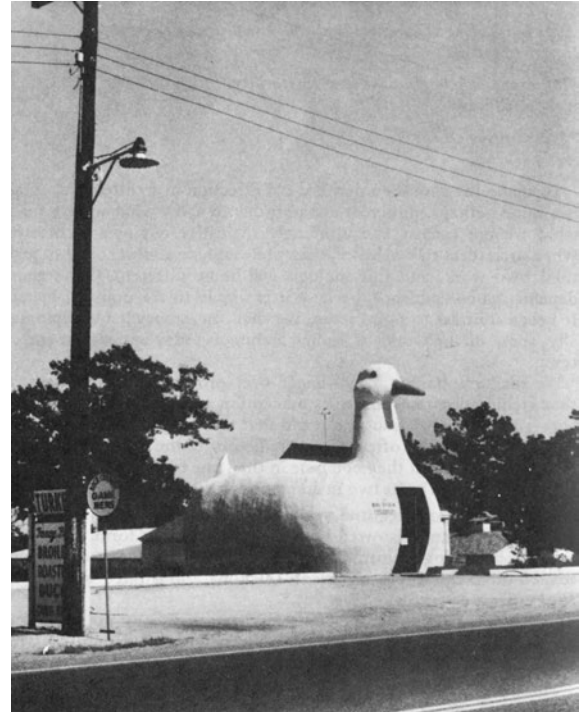
2.2 De aanloop

Zoals gezegd kwam de postmoderne doorbraak binnen de designwereld in 1981 vrij laat. De omwentelingen die zorgden voor de opkomst van het postmodernisme vonden hoofdzakelijk plaats in de jaren zeventig en de publicatie van Robert Venturi's *Learning from Las Vegas* in 1972 en Charles Jencks' *The language of Post-Modern architecture* in 1977 hadden de nieuwe visie op het ontwerpen al veel eerder geïntroduceerd in de architectuur. Bovendien schreef Brian O'Doherty in 1971 in zijn hoofdredactionele inleiding voor het invloedrijke kunsttijdschrift *Art in America*: 'Now that the modernist era (1848-1969?) is over, [...] we speak of post-modernism' (O'Doherty 1971: p.19). O'Doherty wilde echter op dat moment nog niet een duidelijke definitie geven van het postmodernisme, ondanks veelbelovende de titel van zijn stuk (*What is post-modernism?*): 'Though it is our diagnosis for what surrounds us, one never hears it defined. Perhaps there is an unconscious agreement to withhold a definition, partly because everyone's definition will expose the confusion the word is designed to cover.' (O'Doherty 1971: p.19). Wel betoogde hij vervolgens dat het modernisme zelf vooral verworden was tot een beweging die vastomlijnde kaders had gemaakt over hoe kunst gemaakt moest worden (proces-gerelateerd dus) om moderne kunst te kunnen zijn. Het postmodernisme impliceert dan een gebrek, of ontkenning, van deze processen van 'goede smaak'. Zonder dat O'Doherty er zich toen van bewust was, is dit echter naar mijn mening een hele goede definitie van het postmodernisme, zoals immers blijkt uit de conclusie van het introductiehoofdstuk:

De verzameling van tegendraads ontworpen producten bestaat uit al die objecten die zijn ontworpen vanuit de visie het bestaande ontwerp-paradigma van het functionalisme te ondermijnen.



[2.11] Robert Venturi – ‘Lower Strip, looking north’ – 1972, ter illustratie van het commerciële landschap in Las Vegas, dat door Venturi ‘megatexture’ wordt genoemd. Een invulling van de stad die gebaseerd is op veel ruimte, waar je met de auto doorheen rijdt. De ruimte wordt voor de gebruiker ‘gestructureerd’ door de vele recameborden.



[2.12] Roadside Stand, Long Island – 1964, uit Peter Blake, *God’s Own Junkyard* (1979: p.120). ‘Sometimes the building is the sign: the duck store in the shape of a duck, called “The Long Island Duckling”, is sculptural symbol and architectural shelter.’ (Venturi et al. 1977: p.13).

Het tegendraads ontwerp is dus vooral alles wat van het functionalisme eerder niet mocht. Volgens diezelfde lijn kan men stellen dat het post-modernistisch ontwerp van alles kan zijn, als het maar niet modernistisch is (Drukker 2007). Deze opvatting creëert echter wel een leegte en een gebrek aan houvast die op dat moment nog naar een nieuwe invulling snakte.

2.2 De aanloop

In de publicatie *Learning from Las Vegas* maakte de Amerikaanse architect Robert Venturi een begin met een culturele invulling van het begrip, in dit geval toegespitst op de architectuur. Zoals de titel treffend aangeeft, moesten we ons als ontwerpers volgens Venturi meer aantrekken van de populaire cultuur. Las Vegas diende met zijn vele, nadrukkelijk herkenbaar vormgegeven reclameborden als voorbeeld voor een nieuwe visie op het ontwerpen [Figuur 2.8 – 2.11].

De directe herkenbaarheid moest zorgen voor architectuur met meer zeggingskracht voor de gebruiker. Dus: geen abstracte modernistische gebouwen die vooral naar *zichzelf* verwijzen, maar een directe vorm van betekenisgeving door gebruik te maken van herkenbare symbolen, verwijzingen naar de geschiedenis of verwijzingen naar een ‘inheemse’ architectuur. Venturi noemde dit ‘vernacular design’. ‘Mooie’ oude steden zoals Rome waren volgens Venturi ook niet gebaseerd op een strak systeem en staan uiteraard bol van de symboliek en ornamentiek. In zijn meest extreme vorm leverde dit systeem van directe betekenis zelfs producten op die enkel nog uit symbool bestonden. Venturi geeft in zijn boek het voorbeeld van de ‘Long Island Duckling’; een snackbar die gebakken eend verkoopt, letterlijk gebouwd in de vorm van een eend [Figuur 2.12].

Het moge duidelijk zijn dat dit soort voorbeelden precies behoort tot wat in die tijd, met name door functionaristen, kitsch genoemd werd. Niettemin raakte Venturi’s pleidooi voor een extern -dus van buiten het object zelf- en op de consument gerichte symboliek een gevoelige snaar en ook in Nederland kwam het in het debat over goede vormgeving terug (Simon Thomas 2008: pp.179-186). In opdracht van de Stichting Industriële Vormgeving te Amsterdam publiceerde Simon Mari Pruys in datzelfde jaar een studie over de vraag ‘wat industrial design is of zou horen te zijn’. Vanuit een biologisch-evolutionaire opvatting over

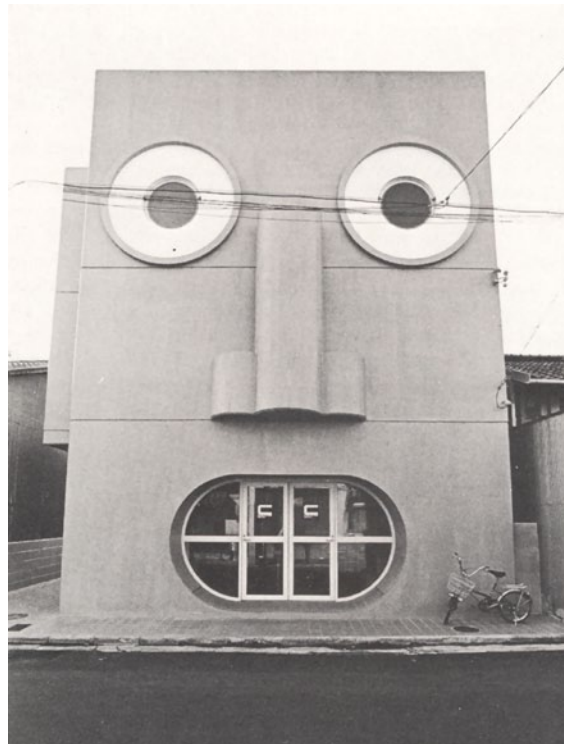


[2.13] Michael Graves – ‘The Portland Building’, Chicago – 1980/1982, in het oorspronkelijke ontwerp stonden ook nog tempeltjes op het dak gepland die de luchtkokers en dergelijke moesten camoufleren (Jencks 1984: p.7).

[2.15] Kazumasa Yamashita – ‘Face House’, Kyoto – 1974, Volgens Jencks een cliché-matig ontwerp: ‘Either less or more explicit coding should have been attempted.’ (Jencks 1984: p.116).



[2.14] Security Marine Bank – Wisconsin – 1971, uit: *The language of Post-Modern architecture* (Jencks 1984: p.45).



2.2 De aanpak

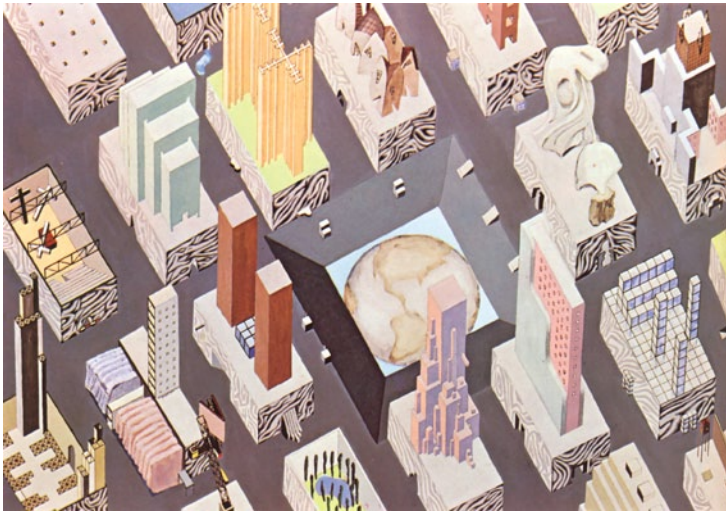
ontwerpen kwam hij tot de conclusie dat de mens een soort aangeboren voorkeur heeft voor herkenbaarheid: 'Kortom, indien duidelijk is dat design als meest fundamentele grondbeginsel het streven naar aanpassing heeft, eerst de fysieke en daarna de psychische, met als doelstelling evenwicht, stabiliteit, harmonie en de afwezigheid van (in)spanning, dan is daarmee tevens duidelijk geworden op wat voor oersolide basis de voorkeuren voor kitsch en antiek berusten.' (Pruys 1972: p.18). Volgens Pruys diende het productontwerp het gemak van de mens: nostalgie is evolutionair gezien gewoon handig, want dan hoeft de gebruiker geen (mentale) inspanning te verrichten om een object te 'duiden'. De herkenbaarheid van 'The Long Island Duckling' is in die visie dan ook een heel goed ontwerp: niemand zal zich noemenswaardig in hoeven te spannen om te beseffen dat het hier over eenden gaat. Zo bezien is de voorkeur voor kitsch en antiek waar Pruys het over heeft in wezen hetzelfde als de voorkeur voor 'vernacular design' van Venturi²³.

In 1977 publiceerde Charles Jencks in aanvulling op Venturi zijn *The language of Post-Modern architecture*, met daarin de theorie van de 'dual-coding'²⁴: een postmodern gebouw is een postmodern gebouw als het een dubbele symboolfunctie heeft. Het gebouw verwijst dan niet alleen naar zichzelf als gebouw, maar ook naar andere zaken buiten zichzelf, die het voor de toeschouwer of gebruiker meer betekenis moeten geven (Jencks 1984: pp.5-8). Als voorbeeld dient 'the Portland Building' in Chicago, van architect Michael Graves [Figuur 2.13]. Het gebouw voor de gemeentelijke diensten ontleent zijn statige uitstraling aan een paar opgeplakte ornamenten die op Griekse zuilen lijken en is, hoewel het niet van baksteen is gemaakt, toch in typische steenkleuren uitgevoerd. De gelaagde groene basis verwijst bovendien naar de statige trappen van een oud beursgebouw. Duidelijk externe betekenissen dus, die ook niet verwijzen naar de eigen constructie of het daadwerkelijke materiaalgebruik.

²³) Het ironische hiervan is dat Pruys zelf een orthodoxe aanhanger van het functionalisme was.

²⁴) Jencks gebruikt zelf de termen 'dual-coding' en 'double-coding' door elkaar.

Op deze manier toegepast ontstaat er natuurlijk wel snel een lachwekkende situatie, ongeveer zoals bij de Long-Island Duckling die Venturi aanhaalt. Jencks is zich bewust van de gevaren: 'Underlying much of what I have been saying so far is the notion of the cliché - the fact that the architectural language, like the spoken one, must use known units of meaning.' (Jencks 1984: p.52). Door te werken met herkenbare bete-



[2.16] Rem Koolhaas en Zoe Zenghelis – ‘The City of the Captive Globe’ ontwerpschets – 1972, in het ontwerp van een fictieve stad komen alle soorten stijlen terug door verwijzing naar bekende kunstwerken. De stijlen worden letterlijk op een voetstuk geplaatst.



[2.17] Ettore Sottsass – ‘Cupboards’ – 1971, ontworpen door Sottsass in 1966, maar in 1971 geproduceerd voor de tentoonstelling *Italy, the new domestic landscape* in het Museum of Modern Art in New York in 1972 door ABET-Print uit Cuneo (Ambasz et al. 1972: p.119). De projecten van Koolhaas en Zenghelis en Sottsass vertonen een opvallende gelijkenis in structuur.



[2.18] Alessandro Mendini – ‘Redesigning Gio Ponti’ – 1978, uit de serie ‘Redesigning the Modern Movement; Irony for Great Work’ voor Studio Alchymia. De vrolijk wapperende vlaggetjes maken de superleggera niet alleen visueel lichter, maar ook ‘lichtvoetiger’. Tegelijkertijd staan de ‘nutteloze’ toevoegingen haaks op het functionalistische taboe op ornamentering.

[2.19] Alessandro Mendini – ‘Redesigning Gerit Rietveld’ – 1978, symbool van modernistisch ontwerp vermeubeld tot symbool van een ‘ontwerpreligie’. De combinatie van twee zeer herkenbare symbolen -de zig-zag stoel zelf en het kruis- zorgt ook hier voor herkenning en vervreemding. Een extra betekenislaag wordt nog toegevoegd doordat via het kruis de associatie met kerkbanken kan worden opgeroepen, die net zoals de zig-zag stoel impliciet ontworpen zijn als een spartaanse manier van zitten.

kenissen ligt volgens hem het cliché dus op de loer [Figuur 2.15]. Jencks ondermijnt hiermee echter zijn eigen theorie, want je kunt niet tegelijkertijd vóór herkenbaarheid zijn en tégen het cliché, wat immers niets anders betekent dan een overmatige vorm van herkenbaarheid. Deze manier van werken moest niettemin zorgen voor een betere communicatie met het gebruikerspubliek, iets wat volgens Jencks de modernistische architectuur niet (meer) lukte.

2.2 De aanloop

Nu moge het duidelijk zijn dat de ontwerp avant-garde natuurlijk niet zomaar 'antiek', 'volkskunst' en 'kitsch' kon gaan ontwerpen om met het publiek te communiceren. Dat zou eigenlijk niet meer dan reactionair conservatisme zijn. De herkenbaarheid waar Pruys, Venturi en Jencks het over hadden, moest dus op een andere - interessante - manier aangebracht of opgeroepen worden. Een minder direct voorbeeld van herkenbaarheid in de architectuur dan het 'Face House' van Kazumasa Yamashita is de fictieve stad van Rem Koolhaas en Zoe Zenghelis [Figuur 2.16]. Hier is de herkenbaarheid ook dubbel uitgevoerd, maar niet op de manier van Jencks theorie. Koolhaas en Zenghelis hebben door de letterlijke combinatie van twee verschillende werelden die niet direct met elkaar te maken hebben -architectuur en kunstwerken- een soort interne spanning in het geheel aangebracht. Hierdoor worden de objecten herkenbaar en toch vervreemdend tegelijk, net als het wijn-glas-als-kandelaar object van Marcel Wanders²⁵.

Naast de introductie van het vernieuwende aspect van de directe betekenisgeving, moest er natuurlijk ook nog 'afgerekend' worden met de modernisten. Het postmodernisme was immers nadrukkelijk alles wat het modernisme niet was. De Italiaanse ontwerper Alessandro Mendini deed dit op humoristische wijze in zijn serie 'Redesigning the Modern Movement; Irony for Great Work' in 1978. Samen met de aangepaste 'Superleggera' van Giò Ponti [Figuur 2.18] is de Rietveldstoel uit de serie (onbedoeld misschien) een sterk statement [Figuur 2.19]. Door het kruis is het een scherp commentaar geworden op de de moderne beweging. Door de strikte uitgangspunten was deze stroming immers tot een dogmatische ontwerpreligie²⁶ geworden (Drukker 2007). De andere objecten uit de serie²⁷ waren wat aanpassing betreft wat meer recht-toe-recht-aan, zo werd een plastic stoel van Joe Colombo voorzien van drip-painting naar voorbeeld van de schilderijen van Jackson

²⁵) Zie hoofdstuk 1.5, figuur 1.30, hieraan voorafgaande.

²⁶) Zie ook paragraaf 1.4.4, tabel 1.1, hieraan voorafgaande.

²⁷) De rest van de serie bestond uit adaptaties van de 'Hillhouse' stoel met hoge rug van Charles Renzie Mackintosh, de caféstoel van Michael Thonet, de 'Wassily' buisstof stapelstoel 'Universale' van Joe Colombo (Sato 1988: pp.197-198).



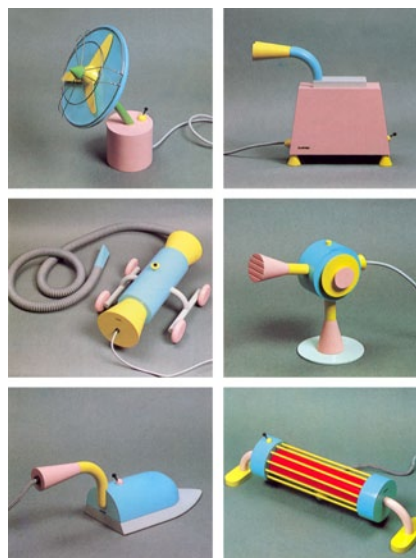
[2.20] Alchimia – ‘Banal Object’ – 1980, Alessandro Mendini exposeerde samen met Franco Raggi, Daniela Puppa en Paola Navone een hele serie van dit soort ‘opgeleukte’ alledaagse voorwerpen op de biënnale van Venetië. De wisselwerking tussen de puntige toevoegingen en de gebogen vorm van het oorspronkelijke object -een citruspers- geven de suggestie van een hanekam of de gestekelde rug van een draak. De bedieningsarm van het apparaat wordt door deze associatie met mens of dier letterlijk een arm (of poot).



[2.21] Alessandro Mendini – ‘Kandissi’ sofa – 1978, tentoongesteld in het Palazzo dei Diamanti in Ferrara, waar Sottsass en Branzi ook exposeerden. Later ook onderdeel van de ‘bau·haus’²⁹ tentoonstelling in 1979 bij Studio Alchimia.



[2.22] Alessandro Mendini – ‘Poltronova di Proust’ (Proust’s nieuwe leunstoel) – 1978, de herkenbare vorm van een Louis-Quinze leunstoel is voorzien van een eveneens herkenbaar impressionistisch pointilisme-motief. Omdat de twee herkenbaarheden normaliter niets met elkaar te maken hebben, ontstaat er een vervreemdend effect. De stoel is als re-edition nog steeds te koop bij de Italiaanse meubelmaker Cappellini.



[2.23] Michele de Lucchi – ‘Girmi’ serie huishoudelijke apparaten – 1979, houten prototypes gemaakt voor de triënnale van Milaan (Radice 1984: p.22). De geometrische vormen zijn op dusdanige wijze gerangschikt en gekleurd dat de objecten -net als de meubels van Aldo Cibic³⁰- aan speelgoed doen denken.

Pollock. Mendini maakte zijn serie voor een tentoonstelling van Studio Alchymia, dat in 1976 was opgericht door Sandro Guerriero in Milaan. Van oorsprong een grafisch ontwerp bureau, kreeg Alchymia in 1978 vooral bekendheid door haar rol als expositieruimte annex galerie voor de lokale design-avantgarde, waartoe ook Ettore Sottsass, Andrea Branzi en Michele De Lucchi behoorden (Sato 1988).

2.2 De aanloop

Rond diezelfde tijd maakte Mendini een aantal ontwerpen die naar eigen zeggen gebaseerd waren op onderzoek naar de vormentaal van 'kitsch' en 'banaliteit' (Radice 1984: p.24). In zijn onderzoek²⁸ probeerde Mendini alledaagse voorwerpen te verlevendigen met ornamentiek, teneinde de banaliteit (in de zin van alledaagsheid) van de voorwerpen te accentueren en daardoor hun vermeende ernst te relativeren (Branzi 1984: pp.122-126) [Figuur 2.20]. De meest in het oog springende resultaten van het kitch-onderzoek waren de 'Proust' leunstoel en de 'Kandissi' sofa, die meermalen werden tentoongesteld [Figuur 2.21 en 2.22]. De leunstoel is hiervan weer de bekendste, waarschijnlijk doordat zijn archetypische vorm het duidelijkst herkenbaar is.

Uiteindelijk is het begrip 'kitsch' natuurlijk problematisch in combinatie met postmodernistisch ontwerpen. Volgens het motto 'anything goes', is immers alles mogelijk, dus ook 'schijnkunst die van een vals sentiment getuigt'. Het expliciete waardeoordeel in het begrip kitsch, in de zin dat het het tegenovergestelde is van een goed ontwerp zoals de functionalisten dat stelden, is dan niet meer houdbaar. De grootste erfenis van Mendini en consorten is dan ook dat ze het gebruik van herkenbare neo-stijlen -dat tot dan toe kitsch werd genoemd- salonfähig heeft gemaakt. Olivier Boissière omschrijft het als: 'een laboratorium [...] voor objecten en micro-milieus, [...] een soort eeuwige brandhaard van esthetische agitatie waar, onder het stempel van 'banaal', de volkscultuur en de kitsch werden ingekapseld.' (Bellati 1993: p.17)

Dat de vormtaal van de ontwerpen van de leden van Alchymia ook zonder neo-invloed behoorlijk botste met de gangbare laat-modernistische ontwerp opvattingen van de industrie, is duidelijk zichtbaar als we de experimentele ontwerpen voor huishoudelijke apparatuur van Michele De Lucchi vergelijken met een mainstream model uit dezelfde tijd [Figuur 2.23 - 2.25]. In de prototypes van De Lucchi worden de ab-

²⁸) De term onderzoek is hier misschien een groot woord, maar tegenwoordig zou de vormstudie aangeduid kunnen worden als 'research through design'.

²⁹) Zie ook de poster van deze tentoonstelling in hoofdstuk 1.6 (figuur 1.31), hieraan voorafgaande.

³⁰) Zie paragraaf 1.4.4, hieraan voorafgaande.



[2.24] Michele de Lucchi – ‘Girmi’ strijkijzer – 1979.

[2.26] Alchymia – project ‘Occhiomagico’ Cover Design voor Domus magazine – 1983, met een ontwerp voor een ‘overall’ van Cinzia Ruggeri uit de ‘Statue of Liberty’ serie: ‘Ruggeri’s dress designs make use of new expressive technologies: [...] The ‘Statue of Liberty’ garment included micro-ventilators inserted into the dress so that the sleeves puff out.’ (Branzi 1984: p.95). Het blad was -met Mendini als hoofdredacteur- een dankbaar platform voor de verspreiding van de wildste ideeën van de postmodernisten.



[2.25] Philips – Strijkijzer HD1207 – 1976, voorbeeld van goed Nederlands ontwerp uit de Catalogus bij de tentoonstelling ‘Design from the Netherlands|Design aus den Niederlanden’ in 1980, ter promotie van het Nederlands ontwerp in het buitenland. De catalogus en tentoonstelling werden samengesteld door Gijs Bakker(!)³¹ (Bakker 1980: p.46).

[2.27] Alchymia – project ‘Occhiomagico’ - Cover Design voor Domus magazine – 1983, hoofdredacteur Mendini zag het blad als ‘instrument voor het denken’: hier wordt door een collage van totaal verschillende elementen uit de toegepaste kunst -architectuur, interieurontwerp, mode, grafiek- het brein van de toeschouwer aan het werk gezet om verbanden te leggen tussen de verschillende elementen van het beeld.



stracte geometrische vormen, waar de modernisten zich normaliter van bedienden, op dusdanige wijze gebruikt dat het geheel eerder aan een vrolijke kinderwereld doet denken. De ventilator is zelfs te interpreteren als een bloem in een potje. Ook hier is de betekenis van de vorm dus extern gericht en is de primaire functionaliteit ondergeschikt. De bloem-ventilator zal in deze vorm zelfs nooit kunnen werken omdat de blauwe schijf de stroming van lucht langs de propellor zal verhinderen.

2.2 De aanloop

Ondanks de vernieuwende ideeën werd Alchymia als ontwerpcollectief echter al snel overvleugeld door het latere Memphis (Horn 1986: p.19). Sottsass verliet de groep al in 1980 uit onvrede met de koers van Guerriero, die alleen maar oog had voor exposities, happenings en de bijbehorende culturele polemiek (Burney 1991: p.141) en niet geïnteresseerd was in de volgende stap: het produceren van de ontwerpen (Radice 1984: pp.23-25). Michele De Lucchi en Andrea Branzi zouden hem later volgen. Mendini bleef bij Alchymia en speelde vanaf 1980 daarnaast een belangrijke rol in de aandacht voor het postmodernistisch ontwerp als hoofdredacteur van het Italiaanse Design-magazine *Domus* [Figuur 2.26]. Zijn werk als redacteur zag hij als een verlengde van het ontwerper zijn: 'My job is to create a tool for thinking, and this is also the job of a magazine. Fragments, words, memories, encounters - ... they can all be objects.' (Sato 1988: p.206) [Figuur 2.27]. Niet veel later zou hij ook nog een belangrijke rol gaan spelen in de verspreiding van het postmodernistische gedachtegoed als adviseur van de Italiaanse firma Alessi³².

³¹) Zie hoofdstuk 4.1, hierna volgend; Gijs Bakker zou later een grote rol spelen in de verdere ontwikkeling van het tegendraads ontwerp als mede-oprichter van *Droog Design*.

³²) Zie hoofdstuk 3.1 en paragraaf 3.2.2, hierna volgend.



[2.28] Stiletto Studio's – 'Consumer's rest No. 11' – 1983-1986, getransformeerd supermarktkarretje, gestraald en vernist om een goud-effect te verkrijgen. Geproduceerd in 1986, maar het prototype werd al ontwikkeld in 1983. Het goedkope, alomtegenwoordige supermarktkarretje dat voor iedereen bereikbaar is, werd gezien als symbool van de kooplust van de massa. In combinatie met de luxe uitstraling van de gouden afwerking moest dit aan het denken zetten over het in linkse ogen 'ongebredelde consumptisme'.



[2.29] Herman Waldenburg – 'Früchteschale' (Fruitschaal) – 1986, het hergebruik van goedkope kleeerhangertjes dicteert de vorm van het als pronkstuk bedoelde object.



[2.30] Ulrike Holthofer en Axel Kufus – 'Blue Armchair' – 1984, gemaakt van afvalmateriaal en borstels van een autowasstraat.



[2.31] Stiletto Studio's – Bestek – 1986, gemaakt uit beton-wapeningsstaal. Ook hier wordt goedkoop materiaal gebruikt om een luxe product te maken.

2.3 Neue Design en Punk

2.3 Neue Design en Punk

In Duitsland kwam de tegenbeweging, nog wat later dan in Italië, pas halverwege de jaren tachtig goed op dreef met de stroming die 'Neue Design' werd genoemd en verwantschap toonde met de Engelse *punk*. Het *Neue Design* was tegelijkertijd veel nadrukkelijker een politiek-maatschappelijke beweging dan zijn Italiaanse tegenhanger. Memphis had een sterke positieve boodschap; het design moest weer meer 'voor de mensen' zijn en minder direct ten dienste staan van de bedrijven waar de meeste ontwerpers voor werkten (Hofstede et al. 1989: pp.8-9). De ontwerpen van Sottsass cs. boden dan ook een vrolijke vormtaal en een positieve blik op het (post-)moderne interieur. De ontwerpen uit de Duitse school van die tijd zetten zich nadrukkelijk af tegen de massaconsumptie en waren daarmee meer een antwoord op de waarschuwingen van de Club van Rome in *grenzen aan de groei*, dan hun Italiaanse tegenhangers. Er werd veel gewerkt met hergebruik van materialen, goedkope materialen en rechtstreekse citaten uit de consumptiehoek. Een van de bekendste voorbeelden is het omgebouwde supermarktkarretje van Stiletto Studio's [Figuur 2.28]. Maar de ontwerpen van bijvoorbeeld Herman Waldenburg, Ulrike Holthofer en Axel Kufus volgen hetzelfde stramien [Figuur 2.29 en 2.30].

Het supermarktkarretje-ontwerp kreeg in die tijd veel navolging op de kamers van maatschappelijk bewuste studenten, al dan niet aangevuld met een tweedehands autostoel volgens het concept van de 'Rover Chair'³³ van Ron Arad, vertegenwoordiger van de Engelse punk-design beweging. Stiletto maakte ook een interessante bestekset, vervaardigd van wapeningsstaal uit beton [Figuur 2.31]. Het (her)gebruik van goedkope (afval)materialen was een thema dat al eerder aan de orde was ge-

³³) Zie Figuur 2.41, hierna volgend.



[2.32] Jochen Gros – 'Tire Sofa' – 1974, ontworpen aan de Hochschule für Gestaltung in Offenbach, onder de naam 'des-in', in het kader van een wedstrijd georganiseerd door het internationale design-centrum in Berlijn.



[2.34] Kunstflug (Charly Hüskes, Hardy Fischer, Harald Hullman, Heiko Bartels) – Hocker 'Max Schrill' – 1989, ontworpen voor de studenten-huisvesting van de Strathclyde University in Glasgow.



[2.33] Axel Stumpf – 'Kumpel II' salontafel – 1986, een met behulp van bestaande voorwerpen opgebouwd ontwerp. Stumpf noemde dit zelf 'collages maken' (Borngraeber & van der Geer 1986: p.23).

[2.35] Max Bill in samenwerking met Hans Gugelot en Paul Hildinger – 'Hocker' – 1954, ontworpen voor de studentenhuysvesting van de Hochschule für Gestaltung in Ulm. 'Dieser Hocker [...] galt lange Zeit als die formal überzeugendste Umsetzung des Ulmer Geistes im Möbelbau.' (Hauffe 1994: p.71).

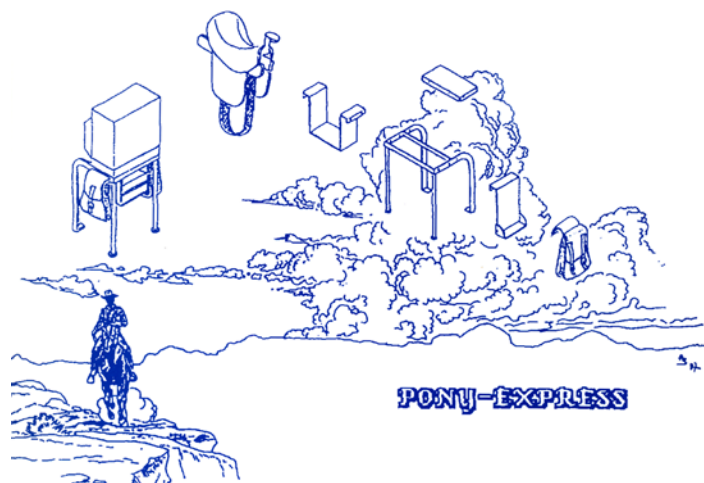


2.3 Neue Design in Pink

weest in het Duitse ontwerplandschap. In 1974 ontwikkelde een groep ontwerpers aan de *Hochschule für Gestaltung* in Offenbach onder de naam *des-in* een eerste serie ontwerpen gebaseerd op 'recycling' (Bürdek 1996: p.56-57). Het meest aansprekende ontwerp van de groep was de 'Tire Sofa' van Jochen Gros [Figuur 2.32]. Dat deze manier van met afval omgaan geen serieuze bijdrage kon leveren aan de ecoproblematiek werd echter al vrij snel duidelijk (Erlhoff et al. 1990). De vertegenwoordigers van het Neue Design gebruikten het principe dan ook niet zozeer als milieuvriendelijk alternatief, maar als maatschappijkritiek. Op deze manier stond dus ook hier de betekenis van de objecten voor gebruiker en samenleving centraal en niet de functionaliteit.

Als de stoel van Stiletto een commentaar is op de massaconsumptie, dan is de tafel 'Kumpel II' van Axel Stumpf een commentaar op de verhouding van elite versus arbeidersbeweging [Figuur 2.33]. Het luxe en fragiele glazen blad van de salontafel wordt immers ondersteund door houwelen die symbool staan voor de harde werkers aan de onderkant van de maatschappij. 'Kumpel' staat voor mijnwerker. In de jaren tachtig was dit in Duitsland een heikel thema met de geweldadige ontvoeringsacties van de ultra-linkse Rote Armee Fraction -zelfbenoemde voorvechters van de arbeidersmaatschappij- en de arbeidsonrust rond de sluiting van de meeste mijnen nog vers in het geheugen.

Het direct combineren van herkenbare voorwerpen uit verschillende contexten, noemde Axel Stumpf een vorm van 'collages maken': 'Ich habe eine Variation der cut-up-Methode entwickelt, die ich cut-to-gather nenne: Ein Möbel oder Möbelteil - von mir selbst oder von einem anderen - wird zerteilt und mit einem anderen Möbelteil verbunden - die beiden oder mehrere Möbelteile werden zusammen 'geschnitten'. Die cut-to-gather-Methode bereichert die Gestaltung um die Möglichkeit der Rückblende [*Flashback - WE*], wie sie im Film benutzt wird & gestattet es dem Designer, sich auf seiner Zeitspur vor & zurück zu bewegen. (Borngraeber & van der Geer 1986: p.23). Gwendolyn Ristant voegde hier aan toe; 'This is one of the keynotes of "New Design", the presentation of familiar things in an unfamiliar light, so that irritation will allow us to gain a new experience of objects.' (Erlhoff et al. 1990: p.209). Dit presenteren van herkenbare vormen in een andere context was één op één vergelijkbaar met de werkwijze van de Italiaanse ontwerpers van Memphis en Alchymia.



[2.36] Andreas Brandolini – 'Pony Express' ontwerp voor een televisiemeubel – 1987.



[2.37] Gabriel Kornreich – 'Lichtkranz für die Ewigkeit' lamp – 1985, gemaakt met kunstbloemen en een halfronde tl-buis.



[2.38] De pui van de design galerie 'Weinand', gelegen aan de Wielandstraße, nabij de Kurfürstendamm in Berlijn in 1985. De kogelgaten waren echte inslagen van een gewapende overval in voormalige ruiten van een bank (Hauffe 1994). Let op de onbruikbare stoel links vooraan, dit idee zien we later nog terug.

[2.39] Andreas Brandolini – 'Living Room' – 1987, zoals in dat jaar tentoongesteld op de kunstmanifestatie *Documenta 8* in Kassel. Gebruiksvoorwerpen uit het Neue Design gepresenteerd als kunst.

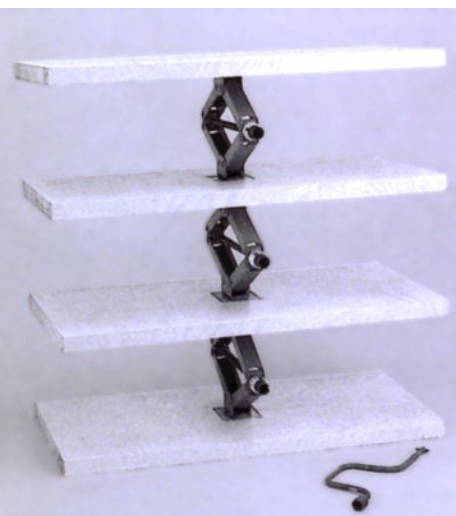


2.3 Neue Design en Punk

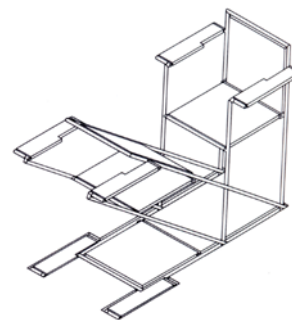
Tegelijkertijd was het *Neue Design* naast het ‘anders’ presenteren van bekende objecten ook één groot afzetten tegen het functionalisme, de dominante stroming die immers in Duitsland zelf was uitgevonden en in die tijd haar strengste vertegenwoordigers had in de *Hochschule für Gestaltung* in Ulm. Dit komt helder -maar ook een beetje flauw- tot uitdrukking in het ontwerp ‘Max Schrill’ van ontwerpcollectief *Kunstflug*, een persiflage op de beroemde hocker die in 1954 werd ontworpen door Max Bill, Hans Gugelot en Paul Hildinger voor diezelfde *Hochschule* [Figuur 2.34 en 2.35].

Het herontwerp van *Kunstflug* moest met de verschillende stijlcitaten, net als bij Axel Stumpf als een soort collage tot een nieuw object gesmeed, aantonen dat het oorspronkelijke ontwerp van Bill en consorten helemaal geen pure materialisatie van de functie was, maar wel degelijk een keuze voor een bepaalde *stijl*. Thomas Hauffe legt uit: ‘Formal war der ‘Umbau’ des ‘Ulmer Hockers’ ein gewollter ästhetischer Bruch, praktisch aber stellte er eine funktionale Optimierung dar. Durch diese Umkehrung sollte gezeigt werden, daß beim ursprünglichen ‘Ulmer Hocker’ die Funktionalität dem ästhetischen Gestaltungswillen nachgeordnet war.’ (Hauffe 1994: p.72). Het ontwerp van *Kunstflug* moest dus laten zien dat de vorm van de Ulmer Hocker *niet* rechtstreeks voortkomt uit de functievervulling. De vorm van de Ulmer Hocker moet dan gezien worden als de materialisatie van het *idee* van de functionaliteit van de hocker: met zo min mogelijk middelen (dus ook visuele) een multifunctioneel krukje, lessenaar en ‘draagbaartje’ maken. Volgens Hauffe dicteerde de keuze voor deze visueel spartaanse oplossing vervolgens het gebruik en niet andersom. Je kon immers maar kort zitten op het harde plankje en je moest heel voorzichtig lopen als je je boeken droeg, anders vielen je spullen direct op de grond. Deze omkering was uiteraard tegen het zere been van de functionaristen, die er werkelijk van overtuigd waren dat hun vormgeving rechtstreeks samenviel met het functioneren van hun producten. En als dat niet het geval was, dan op zijn minst toch met de productiewijze van hun producten (Wilk et al. 2006).

Het *Neue Design* zocht ondertussen zijn inspiratie niet in functie of productiewijze, maar baseerde haar creaties op vondsten van de straat of anderszins afwijkende bronnen. Op deze manier werden de ontwerpen



[2.40] Pentagon (Wolfgang Laubersheimer) – ‘Wagenheberregal’ – 1986, de ‘traploos verstelbare kast’.

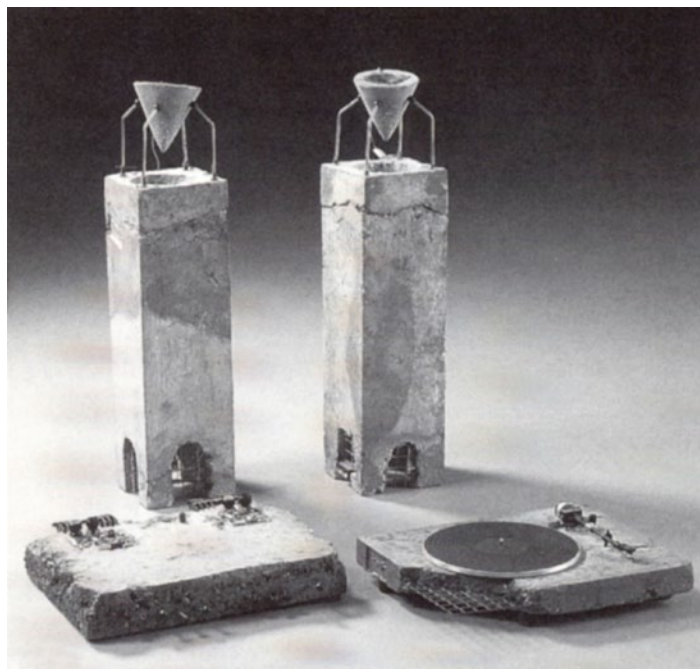


[2.41] Ginbände – ‘Klappmöbel’ – 1985, de meubels vouwen in tot ze hun eigen schaduw worden.



[2.42] Ron Arad – ‘Rover’ tweezitter – 1981, dit is de tweezitsversie van de bekende ‘Rover Chair’, opgebouwd rond bestaande autostoelen. Het ontwerp kreeg bekendheid bij het grote publiek toen het later werd gebruikt als decor in het populaire BBC auto-programma *TopGear*.

[2.43] Ron Arad – ‘Concrete Stereo’ – 1985, opgenomen in de collectie van museum Boymans van Beuningen in Rotterdam. Het ruwe beton was een reactie op het gangbare zwarte dozen-ontwerp van elektronische apparatuur [Figuur 2.44].



2.3 Neue Design en Punk

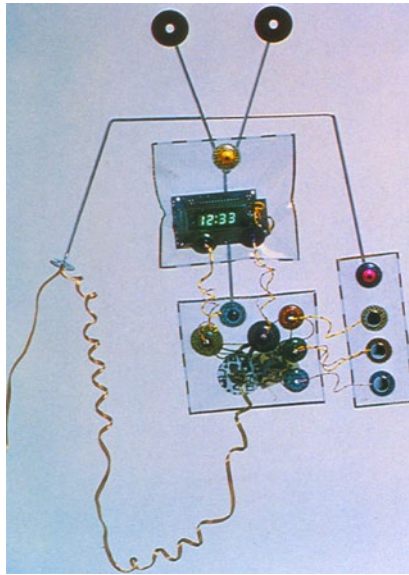
meer ‘verhalenvertellers’, of eigenlijk nog meer ‘verhalen oproepers’. Zoals ‘Pony Express’ van Andreas Brandolini, een televisiemeubel dat met zijn vormgeving verwijst naar de spaghetti-westerns die er op de televisie te zien zouden kunnen zijn [Figuur 2.36]. Of de lamp van Gabriel Kornreich die met zijn kunstbloemen en boogvormige tl-buis verwijst naar de natuur en de rol van de zon [Figuur 2.37]. Om het verhalende effect te versterken kreeg het ding de omineuze titel ‘Lichtkranz für die Ewigkeit’ mee. Het gaat er bij deze ontwerpen niet meer om dat je er iets mee kan, maar dat het iets met je doet. Kornreich zegt zelf: ‘letztendlich sollen meine Entwürfe den Menschen in irgend einer Weise berühren.’ (Borngraeber & van der Geer 1986: p.12).

De consequentie van deze opvatting is dat producten meer en meer kunstvoorwerpen werden, en net als bij de Memphis-groep speelde de ‘design-galerie’ dan ook een belangrijke rol in de verspreiding van het gedachtegoed van het Neue Design. In dit geval met name de galerie *Wienand* in Berlijn [Figuur 2.38]. Ook Christian Borngraeber zet deze ontwikkeling in een breder internationaal verband: ‘Werken met prototypen, orginelen in kleinere series is niet alléén typisch voor Duits avant-garde design. [...] Meubels, mode en kunsth Handwerk worden vandaag de dag in kleine ateliers gemaakt. In sommige grote steden vindt men het bijbehorende winkeltype: de design-galerie. [...] In Berlijn bestaat sinds herfst 1985 de design-galerie Herbert Jakob Weinand. Zijn winkelpui, die vanaf de Kurfürstendamm te zien is, bestaat uit met kogels beschoten veiligheidsglas. De haastige voorbijganger blijft staan, is eerst verward en dan gefascineerd.’ (Borngraeber & van der Geer 1986: pp.4-5).

Op deze manier waren niet alleen de ontwerpen zelf ‘verhalenvertellers’, maar vormde ook de omgeving waarin ze gepresenteerd werden een onderdeel van het web aan betekenissen dat de gebruiker aan het denken moest zetten. De band met de kunst werd ondertussen versterkt door de presentatie van objecten op de vijfjaarlijkse *Documenta* in Kassel. En Gwendolyn Ristant schrijft in 1990: ‘the presentation of this different kind of design at the 1987 “Documenta 8”, the world’s largest and most famous art show, caused a sensation [...] [and] New design groups emerged (Bellefast, Pentagon, Ginbande, Stiletto, Möbel Perdu, Berliner Design-Werkstatt, Berliner Zimmer, etc.)’ (Erlhoff et al. 1990: p.208), [Figuur 2.39 – 2.41].



[2.44] Mario Bellini – Olivetti ET compact 60 – 1985, een draagbare elektronische typemachine voor Olivetti. Representant van het black-box design waartegen Ron Arad ageerde.



[2.45] Daniel Weil – 'Morbid Clock' – 1982, net als de Concrete Stereo van Ron Arad een commentaar op de anonimiteit van mainstream elektronische apparatuur.

[2.46] Ron Arad – 'One-Off-Shop' – interieur van Arad's eigen variant op de design-galerie, van 1983 tot 1989 gevestigd in de Londense wijk Covent Garden.



2.3 Neue Design En Punk

In Engeland deed Ron Arad ondertussen iets soortgelijks door een autostoel op een buizenframe te zetten en een stereo-installatie in beton te gieten [Figuur 2.42 en 2.43]. Arad wilde zich na zijn studie architectuur afzetten tegen het mainstream black-box design uit die tijd, waar zelfs het design-bewuste Italiaanse Olivetti zich van bediende [Figuur 2.44]. Hoewel het in de afbeelding op postmoderne wijze als kunstwerk op een sokkel wordt gepresenteerd, is het object zelf voornamelijk een glatte zwarte doos, ondanks dat het design-bewuste Olivetti zich nadrukkelijker op de consument wilde richten met een minder 'technische' vormgeving: 'It is a field of products in which there is an increasing market among private consumers, for the home office of the future. [...] While the products remained technically refined, they as a consequence required a more consumer-oriented design stance.' (Kicherer 1990: p.109).

Daniel Weil stelde net als Arad de gangbare vormgeving ter discussie met zijn onaangepaste elektronica producten waarin de verschillende onderdelen aan de buitenkant zichtbaar waren [Figuur 2.45] (Dormer 1990: p.29). Deze aanpak leverde Weil wel veel aandacht op in media en musea, maar nauwelijks opdrachten van de Britse industrie (McDermott 1987: p.114).

Arad begon ondertussen in 1983 een eigen winkel in een hippe wijk in Londen, *One-off* geheten, om zijn ontwerpen te kunnen verkopen (Huygen 1989: p.133). Net als in Berlijn een soort design-galerie dus, waar ook werk van geestverwanten werd getoond [Figuur 2.46].

Frederique Huygen analyseerde de Engelse designcultuur aan het eind van de periode: 'Traditie vormt naar mijn mening de spil van de Britse cultuur, inclusief de tegenreacties daarop, tot uiting komend in shockerende of humoristische excentriciteit. Juist omdat de traditie zo sterk is zijn de tegenreacties zo heftig. Het Britse ontwerp beweegt zich tussen twee extreme polen: traditie en excentrisme. Volgens Peter York³⁴ zijn de belangrijkste specialiteiten van Groot-Brittannië punk en praal.' (Huygen 1989: p.32) [Figuur 2.47 - 2.50].

³⁴) Brits schrijver, columnist en management consultant. Pseudoniem van Peter Wallis, is het bekendst als co-auteur van 'The Official Sloane Ranger Handbook' uit 1982, samen met Ann Barr.



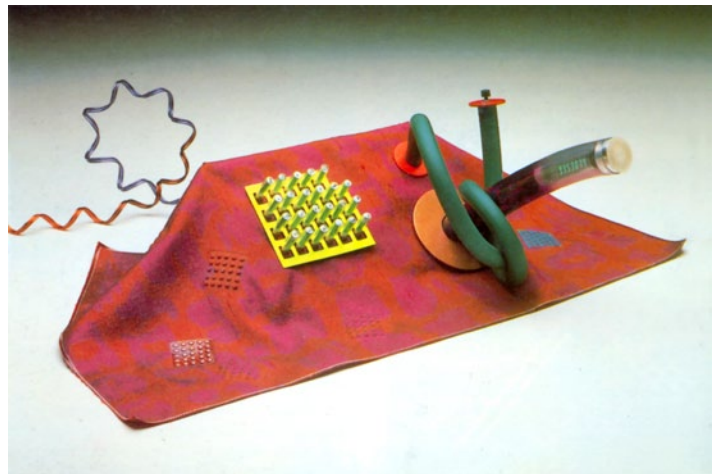
[2.47] Jon Mills – ‘Dan Dare’ stoel – 1987, genoemd naar de Engelse science-fiction stripheld. Humoristische excentriciteit, gebaseerd op iconen uit de populaire cultuur [Figuur 2.48]. De Engelse variant op de ‘kitsch’ ontwerpen van Alessandro Mendini.

[2.49] Jamie Reid – ‘God save the queen’ platenhoes voor Virgin Records – 1977, de recalcitrante punkband Sex Pistols was eind jaren zeventig de spreekbuis van de ‘No future’ generatie. De hoes van de single, die werd uitgebracht tijdens het zilveren jubileum van koningin Elizabeth, steekt de draak met de pracht en praal van het Engelse koningshuis.



[2.48] Box-art voor Dan Dare science-fiction speelgoed – Eagle Toys – 1957.

[2.50] Daniel Weil – ‘Verse calculator’ – 1984, met dit prototype kwamen punk en praal samen in een humoristisch commentaar op de luxe bureau-rekenmachines van die tijd: ‘Playing around with an object so clearly recognized as the business person’s accessory, Weil reveals a sense of fun behind his work.’ (Mc Dermott 1987: p. 112). Weil gebruikt daarbij een zijden ‘kleedje’ als ‘bekledingsmateriaal’.

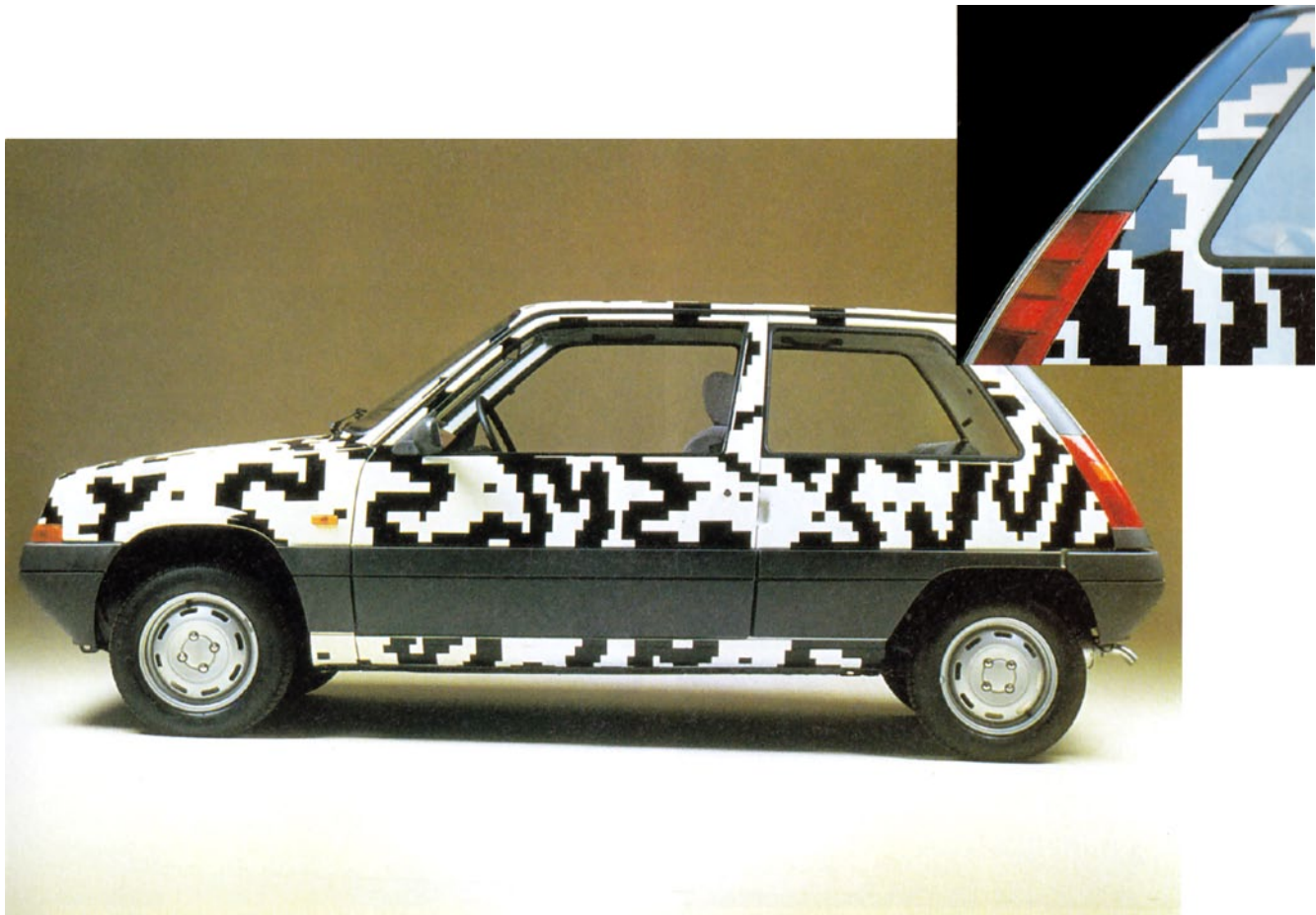


2.4 Conclusie

2.4 Conclusie: het postmodernisme is nog geen volwaardige opvolger

Al deze tegendraadse ontwerpactiviteiten leidden tot een hoop nieuwe inzichten, zoals het belang van herkenbaarheid, de mogelijkheden van het hergebruik van materialen en de herwaardering van het fenomeen decoratie. Uiteindelijk ging de tegenbeweging echter als een ‘opgeplakte stijl’ ten onder, analoog eigenlijk aan de ‘ondergang’ van het vermalen functionalisme, welke ze zelf eerder had veroorzaakt. Ed van Hinte beschrijft het in zijn boek over Richard Hutten: ‘[...] In the early days of functionalism [...] the emphasis was on constraints as well, because there simply was no clear predefined image of, for instance, what a purely functional chair should look like. Form evolved from the demand for a comfortable body support and simple technology. When it did become clear, as functional design matured, functionalism gradually turned into a style with certain aesthetic rules, just one style among many others. This always seems to be authenticity’s destiny.’ (van Hinte 2002: p.200). Ook de postmodernisten kregen het verwijt niet meer te zijn dan een bepaalde vormtaal: een stijl, tussen vele anderen. De uitbundigheid van de vormgeving waarmee de ontwerpers zich hadden afgezet tegen het functionalisme werd op den duur gezien als iets oppervlakkigs, een trucje, waardoor de postmoderne ontwerpen vooral steeds meer gingen lijken op hun postmoderne broertjes en zusjes.

Dit verwijt is achteraf niet helemaal terecht, aangezien we in paragraaf 2.2 hebben gezien dat de postmodernisten en hun geestverwanten uit het *Neue Design* en de *punk* wel degelijk een nieuwe visie op het ontwerpen hebben voortgebracht. De producten van de tegendraadse ontwerpers uit deze periode hebben het ontwerp als het ware binnenste buiten gekeerd. De culturele betekenis van het product voor zijn



[2.51] Alessandro Mendini – ‘Renault Super 5’ – 1985, het ontwerp is levendig en origineel, maar heeft weinig met de onderliggende auto te maken. Een criticus signaleert: ‘het ontstaan van een stijl die we probleemloos het etiket maniërisme kunnen opkleven. [...] De toegevoegde versiering lijkt niet langer logisch te ontstaan uit de basisvormgeving van het voorwerp, maar leidt een tweede leven onafhankelijk van zijn drager. Iets dergelijks zagen we eerder terug in de 19e eeuw. Het gehele voorwerp komt hierbij over als ‘gemaakt’ (de Wilde 1989).

2.4 Conclusie

omgeving werd door hun activiteiten belangrijker dan de -intrinsieke-functie van het object zelf. Bovendien hebben ze door het zichtbaar maken van het belang van deze culturele betekenis gezorgd voor een belangrijke relativering van de dogmatische functionalistische ontwerp-canon. Bij de uitwerking van deze aanval op het functionalisme bleef de oorspronkelijke gebruiksfunctie van de objecten echter nogal eens onderbelicht, denk aan de Carlton 'room-divider' van Ettore Sottsass. Daardoor werd het postmodern ontwerp niet bepaald omarmd door de gevestigde industrie en bleef de manier van ontwerpen beperkt tot objecten uit de wereld van de toegepaste kunst: tafels, stoelen, lampen, servies en aanverwante huiselijke objecten. Tegelijkertijd versterkte dit het idee van inhoudsloosheid.

Het probleem van de vermeende oppervlakkigheid wordt mooi verwoord door Ghislaine Kieft: 'Een probleem voor het modernisme was in hun ontwerpen 'sprakeloos' te zijn [...] Voor Sottsass en de zijnen is het probleem, naar het mij voorkomt, niet zozeer te spreken, maar daarbij ook eloquent te zijn, dat wil zeggen ons te voorzien van krachtige, wel-sprekende, kernachtige beelden; metaforen die ons overtuigen en die de ironie overstijgen.' (Kieft 1984: p.26). Peter Zec verzucht tegelijkertijd over het Neue Design: 'Wir ersetzen immer das alte Dogma durch ein neues Dogma.' (Hauffe 1994: p.150). Niettemin vormde juist het Neue Design een belangrijke inspiratiebron voor een volgende lichter tegen-draadse ontwerpers die in de jaren negentig bekend zou worden onder de naam 'Droog Design' (Ramakers 1993: pp.44-47).

'Anything goes' als nihilistische opvolger van de dogmatische modernistische ontwerpreligie (Drukker 2007) leek dus al met al een weinig aantrekkelijk perspectief, maar bleek niettemin een blijvertje, want zoals Gwendolyn Ristant terecht opmerkte; 'The discussion of the eighties [...] has led to a broader notion of design. It has now become common, not only among young designers, to think about design in conceptual terms.' (Erlhoff et al. 1990: p.207). Precies dat conceptuele denken zullen we in een later stadium terugvinden in een centrale rol.



[3.1] Aldo Rossi – Koffie- en theeservies voor Alessi – 1983, Rossi benadrukte het rituele aspect van thee zetten en theedrinken door het servies als een religieus relikwie op te bergen in een tempelvormig kastje. Volgens Alberto Alessi leek het eindresultaat wel meer op een gebouw dan op een servies (Mellini et al. 1983: p.5).

3

Tegendraadsheid

3 Tegendraadsheid wordt gemeengoed

In de periode van 1985 tot ongeveer 1995 werden de denkbeelden van het postmodernisme geïncorporeerd in een deel van het gevestigde -lees: industrieel- ontwerpen en kwam de emotionaliteit ook steeds prominenter in beeld in het alledaagse productontwerp. Vooral de firma Alessi speelde hierin een belangrijke rol, door het inhuren van post-modernisten als Andrea Branzi, Philippe Starck en Stefano Giovannoni (Gabra-Liddell et al. 1996; Alessi 1999). De vrolijke producten uit de 'Family Follows Fiction' serie ontketenden uiteindelijk een ware rage van producten, gebaseerd op stripachtige karakters of geabstraheerde dieren. De firma Philips zorgde er daarnaast voor, dankzij de nieuwe hoofdontwerper Stefano Marzano en het voorwerk van Robert Blaich (Bürdek 1996: pp.235-236), dat de nieuwe betekenisgeving niet alleen in de geijkte designobjecten zoals fruitschalen, stoelen en servies terecht kwam, maar ook in elektrische apparaten.



[3.2] Michael Graves – Fluitketel – 1985, op de tuit plaatste Graves een fluit in de vorm van een vogeltje. Een vorm van ornamentiek die direct verwijst naar klassieke architectuur, maar óók naar de functie van het product zelf.

3.1 Alessi en Starck

3.1 Alessi en Starck

Het Italiaanse familiebedrijf Alessi had al een lange traditie in het samenwerken met kunstenaars en bekende ontwerpers toen begin jaren tachtig op instigatie van Alberto Alessi en Alessandro Mendini het postmodernisme definitief werd binnengehaald met het ‘Tea & Coffee Piazza’ project. Naar een idee van Mendini werden elf vooraanstaande architecten in 1980³⁵ uitgenodigd om in alle vrijheid een thee- en/of koffieservies te ontwikkelen in de studio’s van Alessi in Crusinallo in Noord-Italië. De resultaten werden in gelimiteerde oplage geproduceerd en in oktober 1983 internationaal gepresenteerd in twee designgaleries: de Chiesa di San Carpoforo/Centro Internazionale di Brera te Milaan en de Max Protetch Gallery te New York. Alberto Alessi was opgetogen over het resultaat, ondanks de voor die tijd atypische uitkomsten: ‘From it [the project] Alessi certainly emerges enriched as regards design and mass production too. It does not matter if some of these coffee-pots look more like buildings than coffee-pots...’ (Mendini et al. 1983: p.5) [Figuur 3.1].

Het project had als direct uitvloeisel samenwerking met Michael Graves tot gevolg. Deze samenwerking werd een van de grootste successen van Alessi, nadat eerdere avonturen met kunstenaars op niets waren uitgelopen³⁶. De fluitketel die architect Michael Graves voor Alessi ontwierp, werd door het publiek onmiddellijk omarmd door de heldere vormgeving en de anekdotische vertrouwdheid van het fluitende vogeltje [Figuur 3.2]. De ketel groeide uit tot het best verkopende object van de firma; er zijn er inmiddels meer dan twee miljoen van verkocht (Graves & Associates 2008).

³⁵) Dit was nog vóór de eerste presentatie van Memphis in Milaan (!), Mendini was echter met Alchymia al vanaf 1979 actief in het postmodern ontwerpen. De uiteindelijke presentatie van de serviezen was twee jaar later dan de eerste Memphis tentoonstelling van ‘concurrent’ Sottsass (zie hoofdstuk 2, hieraan voorafgaande).

³⁶) Later refereerde Alberto Alessi (2008) enigszins geamuseerd aan zijn samenwerking met Salvador Dalí, waarbij hij voor het project van de kunstenaar een flinke lading stalen vishaken bestelde. Het ingenieuze en licht megalomane dadaïstische productidee van de kunstenaar werd echter door vader Carlo afgeblazen (Alessi 1999). Later heeft Alberto nog verschillende ontwerpers tevergeefs een bestemming voor vijftigduizend vishaken laten verzinnen.



[3.3] Philippe Starck – 'Juicy Salif' – 1988, ongewoon en onbruikbaar, maar ook een 'onvoorstelbaar' verkoopsucces (Lloyd & Snelders 2001).

[3.5] Omslag van Kuifje aflevering 'Raket naar de maan' – Hergé – 1953, inspiratie voor- en herkenning bij de Juicy Salif van Philippe Starck.



[3.4] Philippe Starck – 'Hot Bertaa' – 1988, tegelijk ontworpen en uitgebracht met de Juicy Salif, maar in tegenstelling tot die laatste geen groot succes in de verkoop.



3.1 Alessi en Starck

Hiermee waren Michael Graves en Alberto Alessi volgens Daniel Weil het postmodernisme alweer voorbij: 'Het is geen Post-Modernisme [sic]; de communicatieaspecten zijn eerder verwant aan de Pop-Art. [...]' De ketel van Graves is waarschijnlijk het enige voorwerp dat mensen buiten de designwereld direct kunnen herkennen en begrijpen.' (Gabra-Liddell et al. 1996: p.142). Dit komt overeen met de visie van Csikszentmihaly (2007). Hij beargumenteert immers dat de waardering voor objecten door hun bezitters voornamelijk wordt bepaald door de betekenis die zij eraan verbinden. Een positieve betekenis geeft een positieve houding tegenover het product³⁷ en met de nadrukkelijk vrolijk vormgegeven fluit op de tuit is de ketel van Graves en Alessi door de directe associatie gemakkelijk van een positieve betekenis te voorzien. Popart of niet, de ketel was in ieder geval het eerste productontwerp van een echte postmodernist dat niet, zoals de meubels van Memphis, Alchymia en het Neue Design, was voorbehouden aan een kleine elite of recalcitrante avant-garde.

Alberto Alessi zelf duidde de strategie van de firma toen (en nu nog steeds) aan als het 'borderline principe' (Alessi 2008). Dit betekent dat je als design-gerichte onderneming steeds aan de rand moet zitten van wat acceptabel is en wat niet. De nadrukkelijke vormtaal van de postmodernisten was in 1988 in ieder geval iets wat niet per definitie acceptabel was voor iedereen. Veel ondernemingen doen in de visie van Alessi echter vanzelf stapjes van de rand af om het risico te beperken. Dit heeft dan tot gevolg dat er grote eenvormigheid ontstaat omdat iedereen zich in het midden van de cirkel begeeft. Volgens dit principe, dat erg lijkt op het 'Most Advanced, Yet Acceptable' van Raymond Loewy³⁸ (1951), nodigde Alessi later een andere controversiële ontwerper uit voor een volgende klassieker; de 'Juicy Salif' van Philippe Starck [Figuur 3.3].

Dit ontwerp kwam voort uit een uitwisselingsprogramma (Project Solférino) met een aantal Franse ontwerpers³⁹ via het 'Centre de Création Industrielle' van de Beaubourg in Parijs (Gabra-Liddell et al. 1996). Uiteindelijk waren twee ontwerpen van Philippe Starck de enige resultaten van het project die werden gerealiseerd: de Juicy Salif en de 'Hot Bertaa' [Figuur 3.4]. Starck en Alessi kregen aanvankelijk veel

³⁷) Dit vertoont overeenkomst met de appraisal-theorie van Desmet (2002), zie Hoofdstuk 1.3, hieraan voorafgaande.

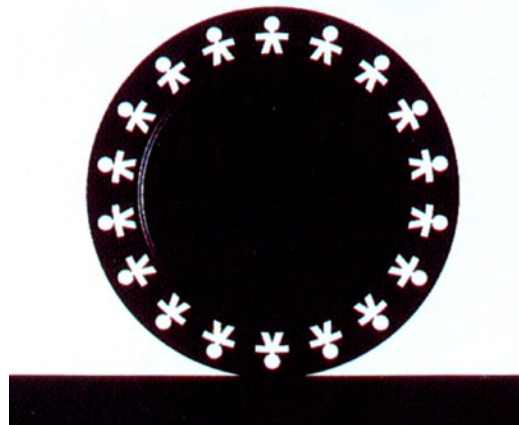
³⁸) Raymond Loewy zei overigens ook ooit: 'Er zijn heel wat mensen die openstaan voor nieuwe dingen, de voorwaarde is slechts, dat die nieuwe dingen precies lijken op de oude'. (gecit.in: Majorick 1959: p.64).

³⁹) Naast Philippe Starck ook Jean Nouvel, Nemo (studio), Christian de Portzamparc en Charlotte Perriand. Het project werd opgezet in samenwerking met François Burkhardt.



[3.6] Philippe Starck – Schets voor 'Juicy Salif' – 1988, de draaiende beweging van het persen van het fruit is hier ook nog in het ontwerp verwerkt.

[3.8] Mickey Mouse telefoon met bewegend hoofd en armen, beltoon met 5 verschillende teksten in Mickey's 'originele stemgeluid' – Anoniem ontwerp⁴²



[3.7] Stefano Giovannini en Guido Venturini – 'Girotondo' schaal – 1989, het Girotondo project was het eerste waarbij Alessi op grote schaal de verwijzing naar figuurtjes toepaste. Ook dit 'antropomorfisme' contrasteerde sterk met de abstracte vormtaal van de functionalisten.

3.1 Alessi en Starck

kritiek op hun producten omdat ze niet functioneel zouden zijn. Deze kritiek sneed hout, want sinaasappels persen met de Juicy Salif was geen onverdeeld genoegen⁴⁰. De kritiek bereikte later een hoogtepunt toen de firma Alessi een ‘special edition’ uitbracht waarvan het verguldsel niet tegen (zuur!) sinaasappelsap kon en het apparaat dus letterlijk onbruikbaar was. Starck verdedigde zich later een beetje gemakkelijk door het begrip functionaliteit op te rekken en te zeggen dat hij zijn citruspers ook helemaal niet had ontworpen om jus d’orange mee te maken op zondagochtend, maar als ‘conversation piece’ (Norman 2004: p.112).

⁴⁰) Ik herinner me dat mijn moeder als zij op zondagochtend vers sinaasappelsap wilde maken het apparaat in de gootsteen zette omdat het sap alle kanten uitspoot en het ding anders veel te hoog was om kracht te kunnen zetten op de uit te persen vruchten. Ook lag er een plastic theezeefje heel onelegant over het design glaswerk om de pitjes op te vangen die vrijelijk langs de pers stroomden.

⁴¹) In het jaar 2001 waren er al 550.000 van verkocht, met een stabiele verkoop van 50.000 stuks per jaar vanaf de introductie in 1990 (Lloyd & Snelders 2001).

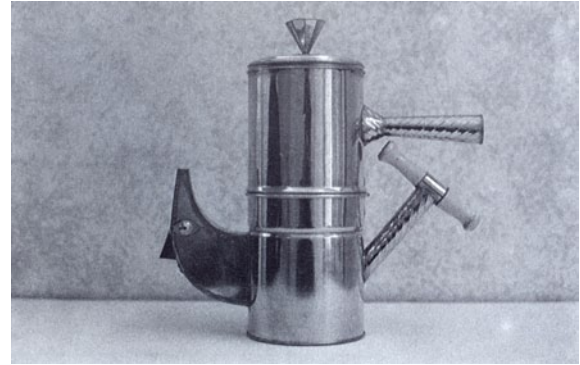
⁴²) Er bestaat wel een Amerikaans patent op naam van George Donald Perkins en Donald Albert Winton van de American Telecommunications Corporation uit Californië, gedateerd 24 oktober 1978 [no. 250.023], dat het ontwerp van deze telefoon beschrijft.

Ook de Hot Bertaa was niet te gebruiken. Het vullen van de ketel via het handvat vergde een wel heel grote gootsteen en als het water aan de kook was, brandde je je handen aan het gloeiend hete aluminium. Anders dan de Hot Bertaa is de ‘onbruikbare’ Juicy Salif toch heel populair geworden en gebleven⁴¹, waarschijnlijk vanwege de aantrekkingskracht van de citruspers als ‘object’. Daarmee raken we aan de kern van de waarde van het tegendraads ontwerp, want blijkbaar is er een mechanisme dat ervoor zorgt dat ondanks het gebrek aan functionaliteit van deze producten in termen van bruikbaarheid, het voor de gebruiker toch de moeite waard is om ze te willen bezitten. Hierbij speelt mee dat het ontwerp, vooral door de gelijkenis met een Kuifje-raket, net als de fluitende vogel van Graves, een aangename associatie oplevert voor de gebruiker (Lloyd & Snelders 2001) [Figuur 3.5]. De consument gebruikt dus niet het vermogen van de citruspers om sap te maken, want daarvan is nauwelijks sprake. In plaats daarvan ligt de aantrekkelijkheid voor de gebruiker in de uitnodiging van de vorm van het object om associaties op te roepen. We moeten hier het object dus wederom niet zien als een functievervuller, maar als een betekenisgever.

Peter Lloyd en Dirk Snelders (2001) stellen bovendien, dat juist door de ‘onhandigheid’ van het ontwerp de consument als het ware een nieuwe manier van gebruik moet ‘ontdekken’ en ontwikkelen. De gebruiker moet zich een manier aanmeten om met het object ‘om te gaan’, om het vervolgens als het ware te ‘overwinnen’. Omdat de gebruiker meer moeite moet doen, zou er een hechtere band ontstaan met het object, ongeveer op dezelfde manier als bij liefhebbers van oldtimers, waarbij de intrinsieke onbetrouwbaarheid van de oude auto uiteindelijk een



[3.9] Riccardo Dalisi – prototypes voor het project ‘Neapolitan CoffeeMaker’ van Alessi – 1981, een vroege studie waarin het antropomorfisch ontwerp bij Alessi wordt toegepast.



[3.10] Riccardo Dalisi – prototype voor het project ‘Neapolitan CoffeeMaker’ van Alessi – 1981, de verwijzing naar een karakter is hier ook duidelijk aangebracht, maar beslaat slechts een deel van het object.

[3.11; 3.12] Riccardo Dalisi – ‘Neapolitan CoffeeMaker’ – 1987, zoals uiteindelijk op de markt gebracht zonder antropomorfe verwijzingen. In een later ontwerp van een koffiemaler kwam het figuratieve aspect bij Dalisi wel weer terug [Figuur 3.13].



bron van vreugde wordt als hij 'het toch doet'. Juist door ergens moeite voor te doen wordt de ervaring daarna waardevoller⁴³.

Producent Alberto Alessi zelf schrijft de verschijningsvorm van de citruspersers trouwens toe aan de inspiratie uit een maaltijd met inktvis in een Italiaanse pizzeria (Norman 2004: pp.112-113). Lloyd en Snelders (2001) laten echter overtuigend zien dat het uiteindelijk de combinatie van inspiratie uit de omgeving (inktvis en het uitpersen van een citroen) en de particuliere interesse in sciencefiction van Philippe Starck was, die tot het ontwerp heeft geleid. In een eerdere ontwerpschets had Starck ook nog de draaiende beweging bij het vruchten persen in de kop verwerkt, waardoor het object ook nog op een slagroomtoef leek [Figuur 3.6].

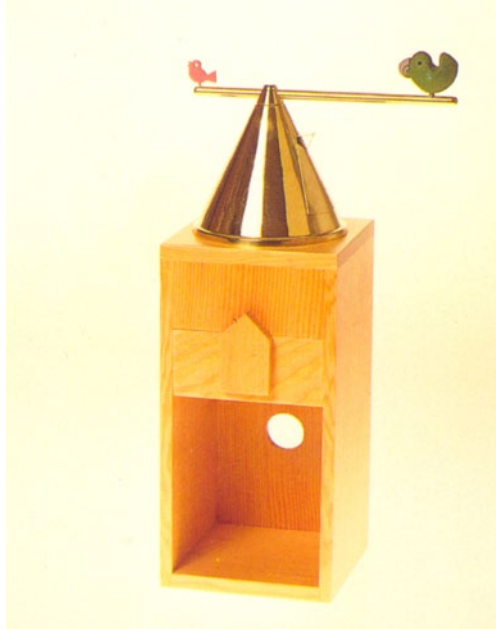
Eenzelfde vrolijk stemmende herkenbaarheid als bij de Juicy Salif in relatie tot de Kuifje-raket, sprak ook uit de objecten die Alessi enige tijd later op de markt bracht in het project 'Girotondo'. De ontwerpers van deze serie, Stefano Giovaninni en Guido Venturini, waren zeer bewust op zoek naar herkenbaarheid: 'Het oorspronkelijke plan voor de Girotondo serie voor Alessi bestond uit een serie objecten die waren gedecoreerd met een rij uitgeknipte figuurtjes. Dit plan betekende een eliminatie, of beter nog, een reductie van het ontwerp van het object tot een absoluut minimum, waarbij alles afhing van een iconografisch en figuratief element dat iedereen kan herkennen.' (Gabra-Liddell et al. 1996: p.121) [Figuur 3.7]. De ontwerpers formuleren het wat complex, maar het is hetzelfde als een bordje herkenbaar maken door er een Delfts-blauwe molen op te schilderen. Omdat iedereen de molen als 'figuratief element' herkent, kan het ontwerp van het bordje zelf vervolgens beperkt blijven tot een voor iedereen vertrouwde standaard vorm: de 'reductie van het ontwerp' waar Giovaninni en Venturini het over hebben.

Giovaninni en Venturini vervolgen echter: 'De figuurtjes lijken op de poppetjes die kinderen uit papier knippen. Het idee was om roestvrij staal te gebruiken alsof het papier was: de kleine figuurtjes vormen een cirkel, alsof ze hand in hand een girotondo⁴⁴ doen en samen de objecten op de schaal bijeenhouden.' (Gabra-Liddell et al. 1996: p.121). De werkelijke vernieuwing moet gezocht worden in het gebruik van poppetjes

3.1 Alessi en Starck

⁴³) Dit principe voelt intuïtief goed aan, maar als het consequent wordt doorgevoerd levert dit wel een rare situatie op. In het uiterste geval zou een consument volgens Lloyd en Snelders dus een voorkeur moeten hebben voor het meest onbruikbare ontwerp. Het omgekeerde lijkt hier meer het geval: als een consument al in een eerder stadium een hechte band heeft opgebouwd met een product zal een bepaalde onhandigheid vergoelijkend als 'charmant' worden ervaren en op die manier bijdragen aan de specifieke product-ervaring. Andersom lijkt er geen causaal verband: onhandigheid in het gebruik zal niet per definitie leiden tot een betere band met het product.

⁴⁴) Een 'girotondo' is een kinderliedje waarbij een rondedans wordt gedaan, vergelijkbaar met 'Jan Huigen in de ton'.



[3.13] Riccardo Dalisi – Koffiemaler uit de 'Twergi' collectie van Alessi – 1990, nu wel met figuratieve elementen, echter meer als decoratie - zoals het vogeltje op de fluitketel van Michael Graves - en niet in de vorm van het hele object.



[3.14] Stefano Giovannini en Guido Venturini – 'Girotondo' eierdop – 1989, gedeeltelijk in kunststof uitgevoerd.



[3.15] Guido Venturini – 'Gino Zucchini' suikerstrooier – 1993, een van de eerste compleet uit kunststof vervaardigde producten uit de 'Family Follows Fiction' collectie van Alessi.



[3.16] Guido Venturini – Ontwerpschetsen voor 'Gino Zucchini' – 1993, 'Gino Zucchini is een suikerstrooier, maar bij Alessi zo populair dat hij een soort 'tuinkabouter' geworden is,' aldus Alberto Alessi (1999: p.117).

als herkenbaar element en de met deze antropomorfsche verwijzing gepaard gaande vrolijkheid die spreekt uit de associatie met het kinderliedje. Een vorm van herkenbaarheid die gedurende de hoogtijdagen van het functionalisme slechts voorbehouden was aan cultuuruitingen, die binnen dat paradigma werden aangeduid als kitsch, zoals een telefoon in de vorm van Mickey Mouse [Figuur 3.8].

3.1 Alessi en Starck

Deze onbekommerde vrolijkheid contrasteerde ook scherp met de strenge uitgangspunten van het functionalisme. Volgens de ontwerp-leer van de functionalisten was esthetische beleving immers universeel gebaseerd op wettelijke wetten, waardoor producten moesten voldoen aan een wettelijke c.q. geabstraheerd organische vormtaal (Drukker 2007). Figuratie -en zeker antropomorfe figuratie- was daarbij, net als decoratie, taboe.

Voor de firma Alessi was het werken met figuurtjes echter een logische stap in de ontwikkeling van het bedrijf. In het project 'Neapolitan Coffeemaker' had Ricardo Dalisi al een groot aantal prototypes gemaakt voor een koffiepercolator in de vorm van mannetjes en met andere verwijzingen naar figuurtjes [Figuur 3.9 en 3.10]: 'Het onderzoek naar het Napolitaanse koffieapparaat, dat in 1979 van start ging en officieel in 1987 eindigde, was het langste onderzoek in de geschiedenis van het bedrijf. Er werd begonnen met een uitgebreid socio-antropologisch overzicht van de manier waarop het koffieapparaat werd gebruikt en wat het beeld van koffie in de kleine dorpen van het Napolitaanse achterland was. Daarna werden, afgezien van vele pagina's tekst en tekeningen, vele prototypen gemaakt (uiteindelijk 200) die allemaal van elkaar verschilden, allemaal werkten en allemaal van tin waren gemaakt.' (Gabra-Liddell et al. 1996: p.57). Gek genoeg had de uiteindelijk in 1987 op de markt gebrachte Neapolitan Coffeemaker, hoewel sterk iconisch van vorm, geen enkele verwijzing naar een figuurtje [Figuur 3.11 en 3.12].

Het dus wel op poppetjes gebaseerde Girotondo-project werd in 1988 bedacht en in 1989 in productie genomen. In 1994 werd de collectie verder uitgebreid met een hele serie producten⁴⁵ met hetzelfde uitgeknipte figuurtje. De firma Alessi liet zich later van een gewiekste kant zien door de uitgestanste poppetjes als sleutelhanger los te verkopen. In de bij de serie horende eierdoppen verwerkte de firma Alessi voor het

⁴⁵) Decoratieve huishoudelijke producten; van fruitschaal en prullenbak tot servetring.



[3.17] Koziol – ‘Sharky’ wasknijpers – 1991, de haaien bijten hun tanden stuk op het wasgoed. Na het succes van de Family Follows Fiction collectie van Alessi kwamen ook de figuratieve ontwerpen van andere fabrikanten meer in de belangstelling te staan, zoals ook dit vroege antropomorfische ontwerp van Koziol.



[3.18] Koziol – ‘Tweety’ afwasborstel – 1996, net als bij de haaivormige wasknijpers vormt een fysieke component of karaktertrek de verbinding tussen betekenis en functie van het object. Op dezelfde manier figureerde bijvoorbeeld ook de staart van een eekhoorn in een veger en werden de tandjes van een bever ingezet om mandarijnen te pellen.



[3.19] Eva Zeisel – Peper- en zout strooier van ‘Town and Country’ dinnerware – 1947, voor de Red Wing Pottery. ‘She [Eva Zeisel] described its ‘variety of different shapes’ as ‘relate[d] to each other like the members of an extended family.’ (Meikle 2005: p.152).



[3.20] Eva Zeisel – ‘Town and Country’ dinnerware – 1947, volgens Cheryl Buckley: ‘In what Zeisel called a “playful search for beauty,” she developed a modernist aesthetic that challenged the functionalist strait-jacket of Bauhaus modernism by drawing on a plethora of sources, [...] Her witty and stylish designs were intended to bring joy to their users.’ (Kirkham et al. 2000: p355).

3.1

Alessi en Stahl

eerst kunststof op een prominente manier [Figuur 3.14]. Het gebruik van het plastic was volgens de ontwerpers voortgekomen uit praktische overwegingen: door de buigzaamheid van het plastic pasten er eieren van verschillende afmetingen in (Gabra-Liddell et al. 1996: pp.120-121). Later zou dit gebruik van het goedkope kunststof als basismateriaal echter vooral het begin inluiden van een hele serie kunststof producten die door hun gunstiger prijsstelling een veel groter publiek bereikten dan hun metalen voorgangers; de ‘Family Follows Fiction’ collectie [Figuur 3.15]. In lijn met de klassieke *Theory of the Leisure Class* van Veblen (1889; heruitgave 1994) kwamen de voorwerpen die eerst aan de elite waren voorbehouden door een grotere beschikbaarheid terecht in bredere kring. Op deze manier droeg een simpele keuze uiteindelijk bij aan de verdere ‘democratisering’ van het achterliggende ontwerpprincipe.

Aan alle objecten uit deze ‘Family Follows Fiction’ serie, die in 1993 werd geïntroduceerd, lag hetzelfde concept ten grondslag als bij de Girotondo collectie: ‘Een sterk figuratief teken dat het geheugen door een archetypische communicatie direct zou aanspreken’ (Gabra-Liddell et al. 1996: p.121). Nieuw in deze serie was dat het figuratieve element niet meer alleen een decoratieve toevoeging was, maar het hele product besloeg. Net als bij de studies van Dalisi voor de Neapolitan Coffee-maker was het hele object een personage geworden. De genoemde ‘archetypische communicatie’ met behulp van een simpel en herkenbaar figuurtje [Figuur 3.7 en 3.16] werd vervolgens door meerdere fabrikanten succesvol toegepast. Met name de Duitse firma Koziol bracht een hele stroom producten op de markt op basis van ‘poppetjes’ of ‘dieren’ (Koziol 2007) [Figuur 3.17 en 3.18].

Dat het concept trouwens niet nieuw was, kunnen we terugzien in het servies dat keramiste Eva Zeisel in 1947 ontwierp [Figuur 3.19 en 3.20]. Vooral het peper- en zoutstel heeft als duo een sprekend karakter, waarbij de zoutstrooier zich bijna vaderlijk over de peperstrooier lijkt te ontfermen.

Uiteindelijk werd het hele antropomorfische ontwerpconcept dusdanig vaak toegepast (ook door de firma Alessi zelf) dat het aanvankelijk frisse idee een cliché werd, met als gevolg dat het aan het eind van de jaren negentig flink aan zeggingskracht had ingeboet.



[3.21] Philips – 'Roller Radio' (achteraan) en opvolger 'Roller II' sound machine – 1986 en 1987, het ontwerp was een gevolg van de introductie van de in de jaren zeventig in Duitsland ontwikkelde theorie van de producttaal bij Philips.



[3.22] Philips – 'Moving Sound' affiche – 1987, naast de roller radio had ook de walkman een afwijkend ontwerp in de vorm van een taartpunt. Hierbij was het alleen minder duidelijk welke associatie daar aan ten grondslag lag.



[3.23] Philips – 'Fashion Sound' campagne – 1987, speelt met de beeldtaal van de punk en New-Wave.



[3.24] Philips – Franse 'Moving Sound' campagne – 1987, in plaats van de associatie met de motorfiets wordt ingespeeld op typisch Franse clichés: het als can-can danseres geklede personage trekt de aandacht met de twee luidsprekers als substitutie voor haar borsten.

3.2 Philips

3.2 Philips

Ook de firma Philips heeft een belangrijke rol gespeeld in de ‘democratisering’ van het gedachtegoed van de postmodernisten. In de jaren negentig maakte de firma een overgang van een op technologische innovatie gerichte onderneming naar een meer door design gestuurd merk. Deze breuk met het verleden werd ingeluid in de jaren tachtig, toen Philips op zoek was naar een meer aansprekende stijl voor haar producten. De Amerikaanse ontwerper Robert I. Blaich was geïnteresseerd geraakt in de theorie van de producttaal, die hij als directeur van de design-afdeling van Philips in Eindhoven introduceerde (Bürdek 1996: pp.235-236). Dit leidde tegen het einde van de jaren tachtig tot de ‘Moving Sound’ serie, een aantal producten met een prominente stijl die jongeren meer zou moeten aanspreken (Bekooy et al. 1991: p.186) [Figuur 3.22]. Vooral de ‘Roller Radio’ was een vernieuwend ontwerp, afgeleid van de vormen van een motorfiets [Figuur 3.21].

In Frankrijk was de punkbeweging (vooral een Engels fenomeen) nooit zo aangeslagen, dus kreeg de campagne daar een andere uitstraling. Het typische Oh-la-la sfeertje zorgde er echter voor dat de associatie met de motorfiets verloren ging [Figuur 3.24].

De combinatie van heldere vormtaal en felle kleuren in de vormgeving van de moving sound objecten was overigens onderdeel van een grotere stroming, die geïnspireerd was op de uitbundigheid van de Memphis beweging en bijvoorbeeld ook door concurrent Sony al werd toegepast [Figuur 3.25 en 3.26]. Nieuw was echter wel de directe herkenbaarheid van de vormen van de motorfiets, en later ook de bijbehorende helm, volgens de ideeën van de op de semantiek geïnspireerde



[3.25] Sony Transound Ghetto Blaster – FM/AM Stereo Cassette Recorder – 1985, de concurrentie van Philips maakte ook gebruik van de aansprekende kleuren en heldere vormen van het postmodernisme. Het ontwerp heeft niet de semantische verwijzingen van de moving sound serie, maar wel de robuuste uitstraling van professionele geluidsapparatuur. De schuin geplaatste luidsprekers verwijzen daarbij naar de vooraan op het podium geplaatste geluidsmonitors van popgroepen.



[3.26] Audio Technica – AT-727 'Sound Burger' portable platenspeler – 1984, let op het bijbehorende advertentiemateriaal; daarin wordt het apparaat vergeleken met een krokodil. Deze manier van antropomorfische verwijzing zien we later in het tegendraads ontwerp ook terug in de productvormgeving zelf.



[3.27] Philips – Kleurtelevisie – 1990, 'in een opvallende behuizing, voorzien van afstandsbediening, tijdschakelaar en geheugen voor 40 voorkeuzenders, met een 37cm beeldbuis' (Bekooy et al. 1991: p.187).



[3.28] Philips – 'Bazooka' – 1988-1989, de opvolger van de Roller Radio in de moving sound serie. De vorm én de naam verwijzen naar de in die tijd gebruikelijke schouderplaatsing van een dergelijke draagbare radio (Muller 1990: p.298). Door de toch wat al te agressieve connotatie verbleef het product niet lang in het assortiment.

3.2 Philips

theorie van de producttaal [Figuur 3.27]. In de opvolger van de Roller Radio werd het principe, inclusief een veelbetekende naam, ook weer toegepast [Figuur 3.28].

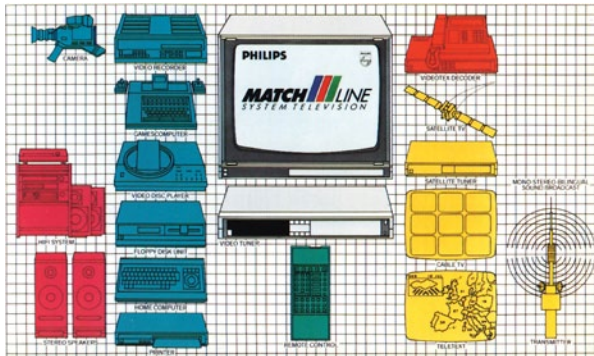
In 1991 bracht Philips een serie producten op de markt onder de naam 'the Collection'. Deze wat prestigieuze titel moest in eerste instantie glans geven aan het honderdjarig bestaan van de firma in hetzelfde jaar (Bekooy et al. 1991: p.7). Het meest opvallend in de serie was de CD-speler die met zijn gelaagde opbouw en losstaande zuil weliswaar abstract van vorm was, maar desalniettemin geïnspireerd leek op de postmoderne architectuur [Figuur 3.29]. Volgens Robert Blaich was voortaan voor Philips het ontwerp van de producten het belangrijkste: 'a company's products are the most important thing it has to say about itself.' (Marzano 2005: p.332).

Voor het eerst werden producten van verschillende divisies bij Philips in één overkoepelend project ontworpen om bij te dragen aan de strategische doelen van het hele concern. Volgens de Italiaanse ontwerper Stefano Marzano was dit een belangrijke mijlpaal: 'The brainchild of Robert Blaich, the Collection was initially conceived as a product to mark the Philips centenary. Ultimately, its legacy has more to do with its status as the first global, design driven, cross-product range.' (Marzano 2005: p.330). Voor het eerst werd dus het ontwerp van de producten en niet zozeer de gebruikte technologie het uitgangspunt in de ontwikkeling van de productportfolio. Dit was een flinke breuk met het verleden van de firma, die tot dan toe vooral bekendheid zocht met zijn technologische vernieuwing en de daarbij behorende technische uitstraling van de producten [Figuur 3.30 en 3.31]. Bekooy schrijft nog over de voorgaande periode (de jaren tachtig): 'In televisie verdedigt Philips zijn vooraanstaande marktpositie met succes door telkens nieuwe ontwikkelingen op de markt te brengen. [...] Onder de naam 'Matchline' wordt een modulair systeem op de markt gebracht met bij elkaar passende eenheden. Digitale techniek verbetert de beeldkwaliteit, het bedieningsgemak en de mogelijkheden.' (Bekooy et al. 1991: p.191)

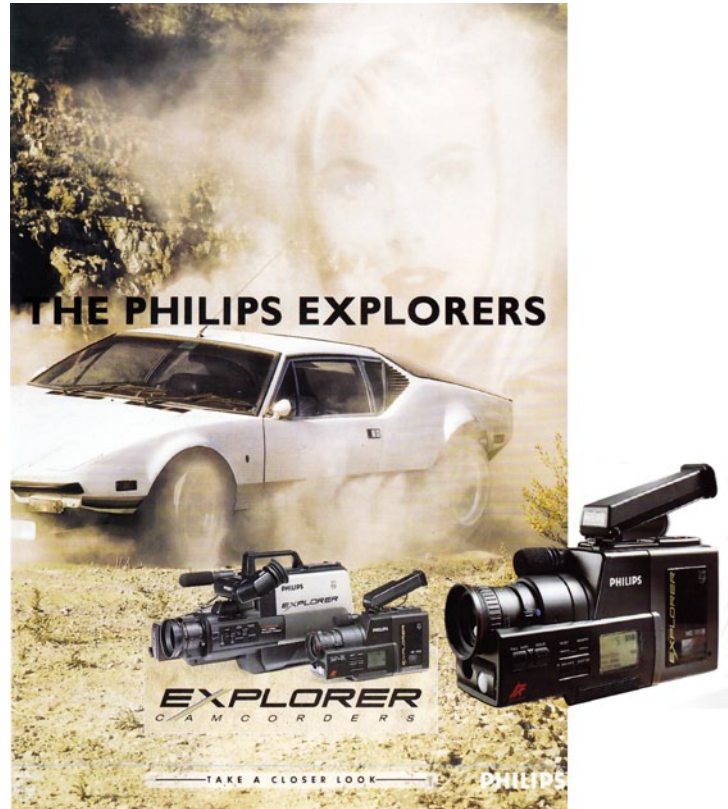
De omschakeling naar een meer op de betekenis van de vormgeving gericht productontwerp kreeg nog meer body toen Marzano begin jaren negentig de nieuwe leider werd van de designafdeling van Philips. Om



[3.29] Robert Blaich – Persoonlijke CD speler met draadloze koptelefoon en afstandsbediening – 1991, het object lijkt meer op een architectuur maquette dan een elektronisch apparaat. Deze associatie is waarschijnlijk te wijten aan de toenmalige populariteit van de ideeën van architect Rem Koolhaas⁴⁶ en lijkt tegelijkertijd een navolging van het *Tea & Coffee Piazza* project van Alessi en Mendini⁴⁷.



[3.30] Philips – ‘Matchline’ systeem – 1988.



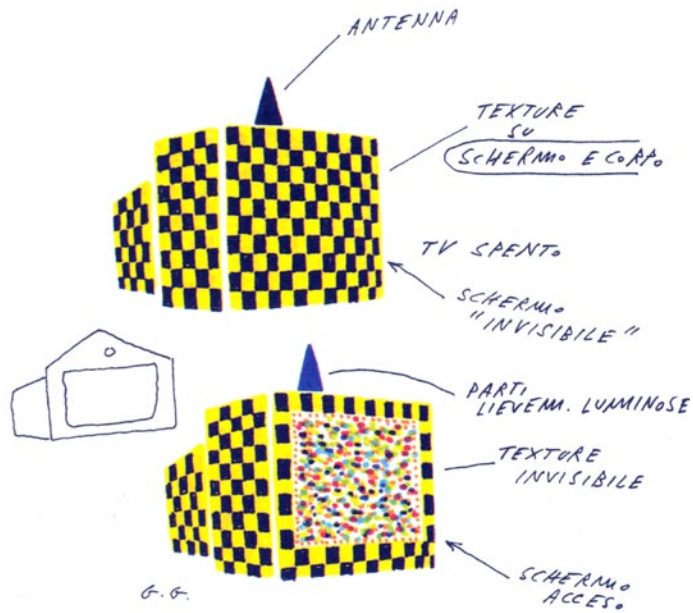
[3.31] Philips – ‘Explorer’ Camcorder met bijbehorende Engelse advertentie – 1988, de camcorders waren geschikt voor VHS-C cassettes en ‘uitgerust met een zeer lichtgevoelige beeldvormende IC’ (Bekooy et al. 1991: p.184). De vormgeving van de camera’s is geïnspireerd op professionele apparatuur, om de gebruiker het gevoel te geven dat hij of zij een echte filmregisseur is. De getoonde James Bond-achtige actie en het vaag zichtbare vrouwengezicht op de achtergrond versterken deze associatie.

het nog steeds voornamelijk als technologisch bekendstaande bedrijf een aansprekender gezicht te geven via het ontwerp van zijn producten, haalde Marzano een aantal Italiaanse collega's binnen (Marzano 2005: pp.117-119), eerst in een serie workshops rond het thema televisie (La Bottega dell'Arte) en later via een samenwerking met de firma Alessi. Vervolgens werden niet alleen de producten van Philips duidelijk anders, maar werd het volgens betrokkenen ook een stuk 'hipper' om als ontwerper bij het concern te gaan werken (de Ligny 2008).

3.2 Philips

⁴⁶⁾ Zie figuur 2.16, hoofdstuk 2.2, hieraan voorafgaande.

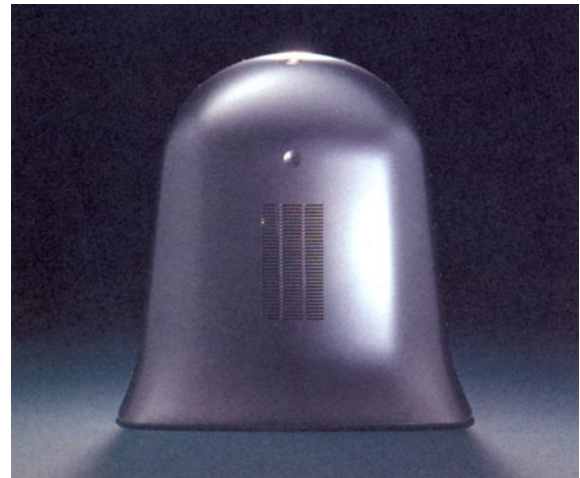
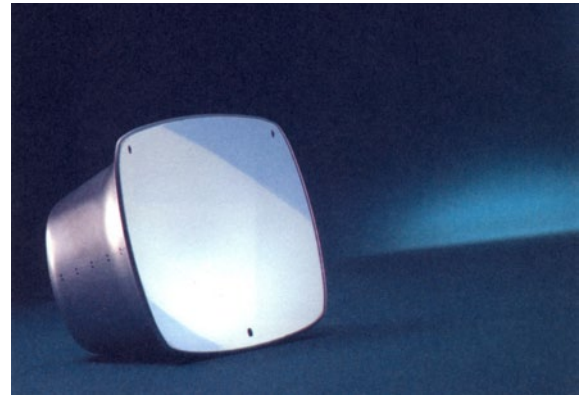
⁴⁷⁾ Zie figuur 3.1, hoofdstuk 3.1, hieraan voorafgaande.



[3.32] Alessandro Mendini – Televisie ontwerpschets – 1993, een tekening in typische Memphis stijl: met felle kleuren, een druk patroon en een vorm die verwijst naar (klassieke) architectuur.

[3.33; 3.34] Alessandro Mendini – ‘Here’s Looking At You Kid’ televisie – 1993, als de televisie uit staat is het een make-up spiegel. De tweede laag geeft extra functionaliteit in termen van bruikbaarheid én betekenis. De naam van het ontwerp verwijst naar de populaire cultuur: ‘Here’s looking at you kid’ is een beroemde zin uit de filmklassieker ‘Casablanca’ uit 1942.

[3.35] Alessandro Mendini – ‘Here’s Looking At You Kid’ televisie – 1993, het televisietoestel is hier een interieurobject geworden, net als een vaas of een bureaulamp.



3.2 Philips

3.2.1 La Bottega dell'Arte

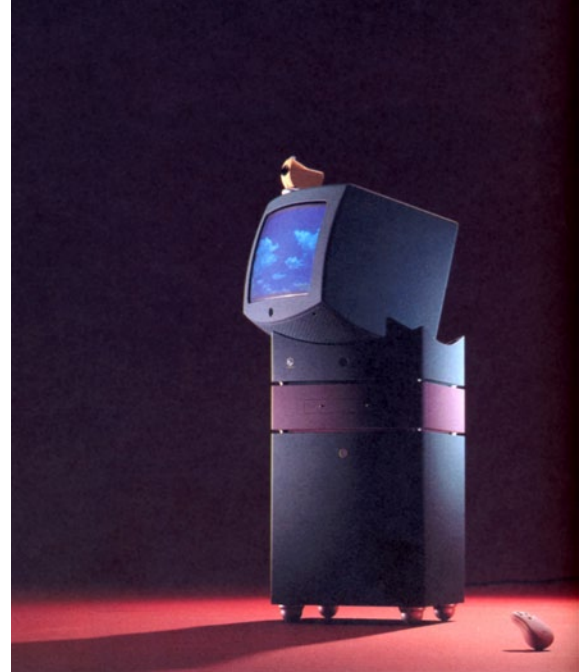
In een serie workshops werkten ontwerpers van Philips in 1993 onder leiding van Alessandro Mendini, Andrea Branzi en Stefano Marzano zelf aan 'het televisietoestel van de toekomst' [Figuur 3.32].

Volgens Marzano was de samenwerking erg geslaagd: 'De workshops boden jonge ontwerpers (allen van Philips) een mogelijkheid om hun visie op de toekomst van het medium uit te drukken in het ontwerp van de volgende generatie televisies. Daarbij hebben zij zich niet laten verleiden tot wilde science-fiction fantasieën. Ze hebben juist de beperkingen aanvaard van de technologie van vandaag - althans, van morgenochtend. Hun ontwerpen, uitgaand van een draagbare televisie van één enkel formaat, zijn ongelofelijk gevarieerd.' (Marzano et al. 1995: p.10). De workshop onder leiding van Alessandro Mendini had als titel 'De televisie als toverlamp'. Dit thema wordt mooi weergegeven in het televisie-ontwerp waarbij de beeldbuis wordt afgedekt door een spiegel [Figuur 3.33 en 3.34]. Hierdoor krijgt het beeldscherm een extra gelaagdheid en kun je als gebruiker switchen tussen fictie en werkelijkheid (je eigen spiegelbeeld).

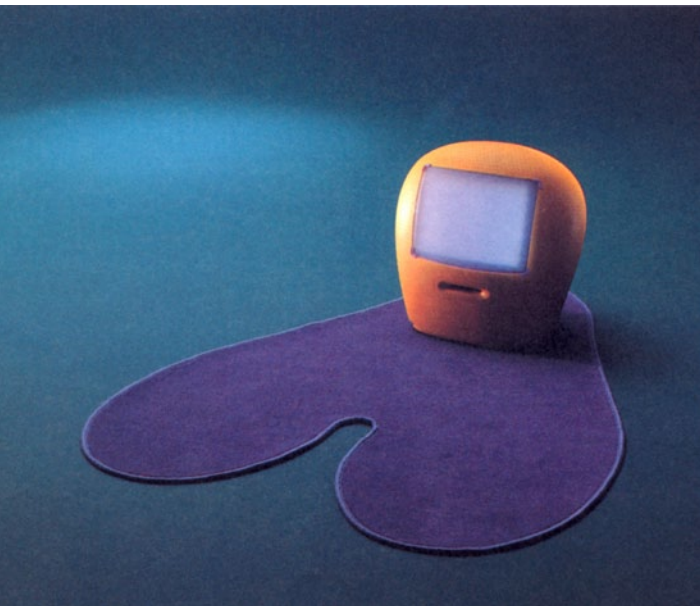
Als je klaar was met televisiekijken kon je het toestel op zijn kop zetten waardoor het geen product meer was, maar eerder een interieur-object [Figuur 3.35]. Behalve dat de transformatie naar object het televisietoestel een andere lading geeft, is ook de directe manipulatie van de televisiekast een nieuwe vorm van omgaan met het product. De televisie was immers van oorsprong een meubelstuk [Figuur 3.36], vroeger zelfs voorzien van een houten kast met als het even kon een deurtje ervoor. Het op zijn kop zetten heeft, net als de spiegel, dezelfde functie als het



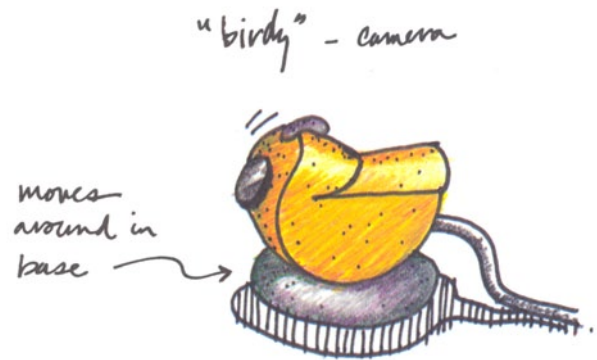
[3.36] Huiskamer met televisie in de jaren '50, het televisietoestel is hier een meubelstuk, net als een bank of een kast.



[3.38] Khodi Feiz – 'Vroege Vogel' televisiesysteem – 1993, in het ontwerp van Feiz komt ook de antropomorfische verwijzing weer naar voren: in de vorm van het cameraatje dat is geïnspireerd op de flauwe uitspraak 'kijk eens naar het vogeltje'.



[3.37] Benny Leong – 'Flying Carpet' televisie – 1993



[3.39] Khodi Feiz – Ontwerpschets voor het cameraatje van het 'Vroege Vogel' televisiesysteem – 1993, de betekenisgevende werking van de vogelvorm is hetzelfde als bij de fluitende waterketel die Michael Graves voor Alessi ontwierp⁴⁸.

3.2 Philips

ouderwetse deurtje: het aan het oog onttrekken van de 'lelijke' beeldbuis.

Het ontwerp ging dus nadrukkelijk in op de interactie die de gebruiker met het object had. In alle ontwerpen uit het project kwam trouwens de techniek alleen op de achtergrond aan bod. Steeds stond de emotionele verbondenheid met het product voorop. Volgens Mendini was dat in dat stadium van de ontwikkeling van het product televisie het belangrijkste: 'Wanneer we zijn technische en functionele geldigheid als vast gegeven beschouwen, wordt een designobject tegenwoordig alleen fascinerend en betekenisvol, wanneer het in staat is zich sympathieke mentale, spirituele en rituele waarden toe te eigenen.' (Marzano et al. 1995: p.19).

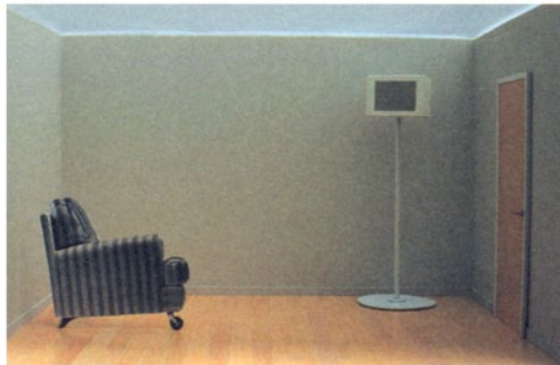
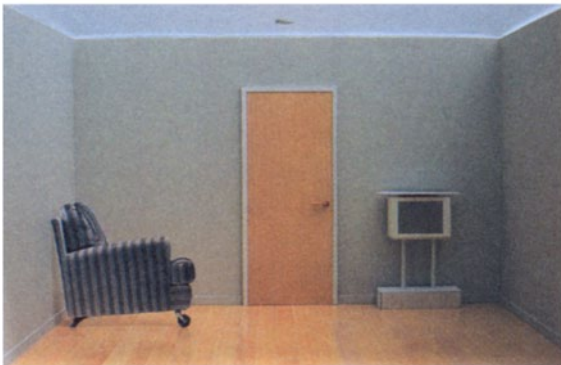
Dit idee van Mendini komt trouwens perfect overeen met de productfasentheorie van Eger (2007). De ontwerper betoogde hier zonder het te weten dat het product 'televisie' de fase van 'bewustwording' had bereikt. Het door Mendini genoemde sympathieke aspect kwam tot uitdrukking in het bij de door hem geleidde workshop gemaakte ontwerp van Benny Leong, waarbij je gezellig naast het toestel op het kleedje kan gaan zitten om met de in het tapijt verwerkte elektronica de televisie te bedienen: een vroege voorloper van een elektronisch product als huisvriendje [Figuur 3.37].

De workshop onder leiding van Stefano Marzano heette 'Eerste schreden in het tijdperk van de ziel'. Marzano was voornamelijk opgetogen over de vorm waarin de workshop was gegoten: 'Eén belangrijk aspect van de workshops was de context waarin ze werden gehouden. Ze waren experimenteel in die zin dat ze de vaak complementaire kennis en krachten bundelden van een grote industriële producent en kleine, gespecialiseerde ontwerpstudio's.' (Marzano et al. 1995: p.10), waar hij aan toevoegt: 'Een tweede belangrijk aspect van de workshops was hun opzet. In de workshops werkten de ontwerpers als 'Gezellen' onder leiding van oudere, meer ervaren collega's - de 'Meesters'. De Meesters bepaalden het thema van de workshop en gaven praktische hulp en stimulans. Deze specifieke werkwijze had wel iets van wat gangbaar was in de kunstateliers in Florence van de Renaissance. Daar leerden meester en gezelschap in onderlinge samenwerking hoe vragen te stellen,

⁴⁸⁾ Zie Figuur 3.2, hieraan voorafgaande.



[3.40] Graham Hinde – ‘Spel van Kat en Muis’ – 1993, Hinde presenteerde het televisietoestel in de vorm van een personage, net zoals de firma Alessi dat eerder deed met haar keukenaccessoires.



[3.41] Andrea Branzi – illustratie bij het project ‘Naar een post televisie maatschappij’ – 1993, Branzi onderzoekt alternatieve manieren van plaatsing van de televisie in de huiskamer.

3.2 Philips

te durven, te verbeelden en te voelen, om daarna hun bevindingen in een doorwrochte vorm weer te geven. Naar analogie daarvan kregen de workshops de naam *La Bottega dell'Arte* - Het kunstatelier.' (Marzano et al. 1995: pp.10-11). Het werken in de gezelschap-verhouding was iets wat trouwens al eerder in het postmoderne Italië weer opgang deed: 'Ik ben uit Florence naar Milaan gereisd om bij een groot meester [*Sottsass - WE*] te studeren. Zoals Giotto dat deed bij Cimabue.' aldus Marco Zanuso (gecit.in: Bellati 1993: p.162). Het grappige is natuurlijk dat dit ook sterk doet denken aan de werkwijze in de ateliers van het Bauhaus (Herzogenrath et al. 1980), de grote modernistische tegenhanger van de Italiaanse postmoderne school.

Een van de resultaten van de workshop van Marzano was het televisiesysteem 'Vroege Vogels' van Khodi Feiz, met daarin een antropomorfische verwijzing die we bij de firma Alessi⁴⁹ al eerder tegenkwamen [Figuur 3.38 en 3.39].

Ook Feiz spreekt in termen van gevoel en interactie over zijn ontwerp: 'Het is een levende televisie. Altijd ingeschakeld verdwijnt het discreet naar de achtergrond als we er geen zin in hebben, en treedt het naar voren als we gezelschap willen.' (Marzano et al. 1995: p.112). Graham Hinde gaat met zijn ontwerp 'Spel van Kat en Muis' [Figuur 3.40] nog verder in de 'verpersoonlijking' van het object en de relatie tot de gebruiker: 'Veel huishoudelijke apparaten van nu zijn levenloze brokken technologie; gekocht, gebruikt en weer afgedankt, vaak zonder dat ze gemist worden. Wij willen meer affectie tot stand brengen tussen gebruiker en product. Ik heb getracht dit te bereiken door een element van persoonlijkheid, warmte en leven in het toestel te brengen via associaties met de kat en de muis, twee dieren met een hoge universele huiselijkheidswaarde.' (Marzano et al. 1995: p.118). Hiermee past Hinde hetzelfde principe toe als Venturini en Alessi deden bij de 'Gino Zuchino' suikerpot, die door Alberto Alessi werd vergeleken met een tuinkabouter [zie Figuur 3.15 en 3.16].

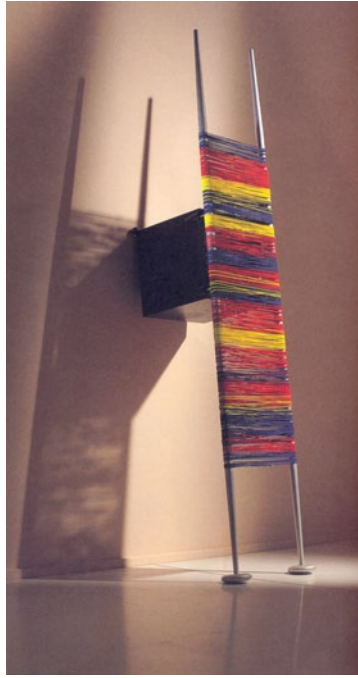
De derde workshop werd geleid door Andrea Branzi, ook een bekende naam uit de Italiaanse postmodernistische beweging en de meest theoretisch⁵⁰ georiënteerde van de drie (Burkhardt & Morozzi 1996). Branzi's workshop met de titel 'Naar een post-televisie maatschappij' onder-

⁴⁹) Zie hoofdstuk 3.1, hieraan voorafgaande.

⁵⁰) Daar kun je je trouwens ook 'postmodernistisch' tegen afzetten: Stefano Giovannoni en Guido Venturini laten naar aanleiding van hun Girotondo-project optekenen; 'We hebben onze buik vol van geleerde ontwerpers als Mendini en Branzi. Je moet minstens een gediplomeerd architect zijn om hun ontwerpen te begrijpen... We zouden dingen willen maken die gewaardeerd worden door Leo Castelli [*Amerikaanse galeriehouder, voornamelijk bekend van Andy Warhol - WE*] én door het grote publiek.' (Alessi 1999: p.95).



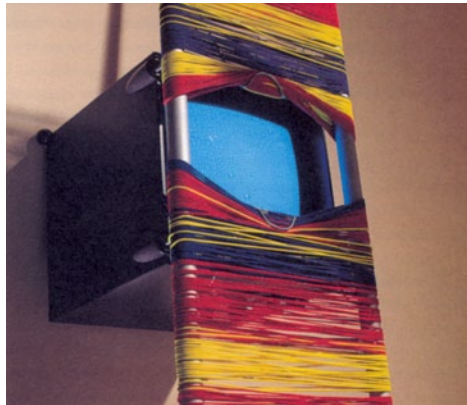
[3.42] Lacides Marquez – ‘Informatiebalie’ – 1993, de televisie is schijnbaar verstopt als een toevallige passant in een ander meubelstuk.



[3.43; 3.44] Francis Chu – ‘Het geheime stekje van de kunstenaar’ TV – 1993, de poëtische titel kan niet verhullen dat Chu de televisie gewoon heeft uitgedost als een post-moderne totempaal, naar model van Ettore Sottsass [Figuur 3.45].



[3.45] Ettore Sottsass – ‘Casablanca’ totempaal-kast uit de Memphis collectie – 1981.



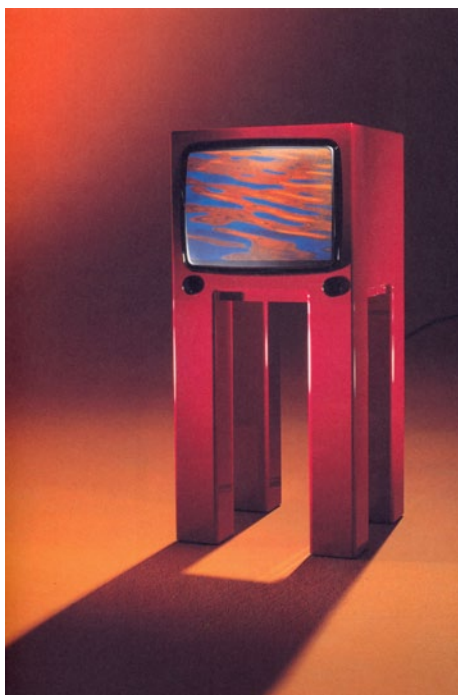
3.2 Philips

zocht vooral de plek die de televisie in het toekomstige huishouden zou kunnen innemen: 'In tegenstelling tot de mening van veel sociologen, geloof ik niet dat de televisie ooit de organisatie van ons huis heeft veranderd. Ze mag dan ons gedrag, onze cultuur en zelfs onze fysiologie hebben gewijzigd, maar niet de huizen waarin wij leven. De televisie is een deel geworden van het huiselijke leven, maar is toch een ongelegen gast gebleven, een aanwezigheid waar niet op is gerekend. [...] Dat betekent dat het televisietoestel nooit de haardstede of totem is geworden; het heeft een plaats gekregen naast de haardstede, is toegevoegd aan andere totems.' Andrea Branzi (gecit.in: Marzano et al. 1995: pp.62-63) [Figuur 3.41]. Dit illustreert wel weer de elitaire opstelling van de post-modernisten, want in het gemiddelde gezin uit de 'arbeidersklasse' was en is de televisie wel degelijk het middelpunt van de huiskamer [Figuur 3.36].

De binnen de workshop van Branzi gerealiseerde ontwerpen gingen dan ook over de wisselwerking tussen het televisietoestel en zijn omgeving. Opvallend is dat daarin de televisie juist een minder prominente plaats in het huishouden werd toebedeeld. De ontwerpen van Lacides Marquez en Francis Chu 'verstopten' de beeldbuis zelfs min of meer [Figuur 3.42; 3.43; 3.44]. Marquez camouflleerde zijn televisie met een tafeltje, opdat het overal in huis een plekje zou kunnen vinden. Dit als aanvulling op het idee van Branzi van de televisie als min of meer 'ongenode gast', die nooit dezelfde centrale plek had verworven als de kachel.

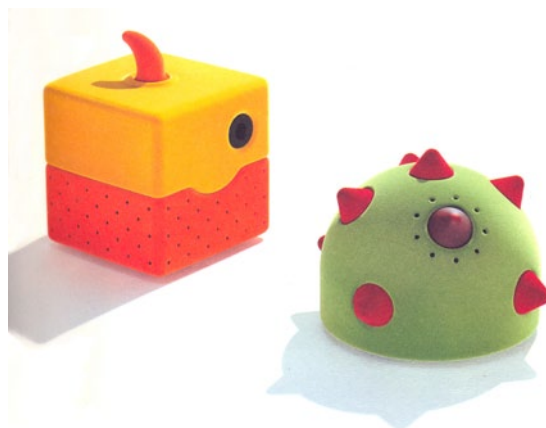
Ontwerper Francis Chu maakte bij zijn creaties uiteindelijk ook het duidelijkst gebruik van de *vormtaal* van de postmodernisten. Bij de workshop van Stefano Marzano heeft zijn televisiemeubel de vorm van een totempaal, gelijk de kasten van Ettore Sottsass [Figuur 3.45]. In zijn ontwerp 'Plezier op het Spoor' bij de workshop van Alessandro Mendini maakte Chu een gesimplificeerd object met dikke poten dat sterk doet denken aan de in hoofdstuk 1 genoemde, speelgoedachtige meubels van Aldo Cibic [Figuur 3.46 en 1.27].

Hoewel Marzano opgetogen was over de diversiteit van de ontwerpen (Marzano et al. 1995: p.10) volgen de resultaten allemaal hetzelfde stramien; de televisie wordt door de nadruk op de interactie met de gebruiker en de zachtere vormgeving persoonlijker gemaakt en van



[3.46] Francis Chu – ‘Plezier op het spoor’
televisie – 1993, met de simpele en robuuste
vormtaal van (houten) speelgoed.

[3.48] Philips – ‘Vision of the Future’ – 1996,
nachtkastje met videofoon, interactieve spiegel en
kussen-vormig luidsprekertje. Het ‘Vision of the
Future’ project leidde tot dit soort productstudies
met een op de mens gerichte, zachte uitstraling,
waarbij veel gebruik werd gemaakt van verwijzingen
naar stereotype niet-elektronische producten.



[3.47] Philips – ‘Vision of the Future’; ‘Ludic Robots’ –
1996, kleine elektronische vriendjes voor kinderen. Voor-
zien van de vriendelijke vormtaal uit het *Bottega dell’Arte*
project, in plaats van de gebruikelijke technologisch
gestuurde robotvormgeving. Het was de bedoeling dat de
robotjes onvoorspelbaar gedrag zouden vertonen (Baxter
et al. 1996: p.121).



3.2 Philips

zijn technologische associatie ontgaan. Wat achteraf ook opvallend is aan het hele project, maar wel typerend voor de anti-technologische houding van de postmodernisten, is het totaal ontbreken van de nieuwe flatscreen technologie⁵¹. Hieruit is, met behulp van de productfasen theorie van Eger (2007), misschien wel te verklaren waarom de ideeën uit de workshop uiteindelijk weinig ingang hebben gevonden, althans niet in het product televisie. Met zijn opmerking over ‘sympathieke spirituele en rituele waarden’ (Awareness!) plaatste Mendini immers het televisietoestel aan het eind van de evolutionaire ontwikkeling van de productgroep. Maar door de opkomst van een nieuwe technologie is de productgroep technologisch ‘geïnnoveerd’ en als het ware weer opnieuw begonnen in de fase ‘functievervulling’. Bij de introductie van nieuwe technologie ligt een technologische uitstraling die de innovativiteit benadrukt meer voor de hand, hetgeen er in dit geval voor zorgde dat het idee van de ver-persoonlijking van de televisie uit de workshop uiteindelijk helemaal niet op de markt terecht kwam. Ook de voorspelling van Marzano dat de televisie zou samengaan met de computer is nog niet uitgekomen, al geloofde hij er heilig in: ‘Who picked up who is hard to say. But when they met at the side of the electronic highway, they knew they were meant for each other. Television and computer, two kids looking for a new life in a new century...’ (Marzano 2005: p.672).

De computer is uiteindelijk lange tijd ‘zelfstandig’ gebleven, en heeft daarbij in de vorm van het internet alle interactieve functies die in het project naar voren kwamen overgenomen. In dit licht bezien is de titel van de bijbehorende publicatie *Televisie op de tweesprong* (Marzano et al. 1995) ironisch te interpreteren: Philips had hiermee de verkeerde afslag te pakken. De meer emotionele interactie tussen gebruiker en product die in het project Bottega dell’Arte werd ontwikkeld, werd later wél uitgebreid uitgewerkt in het project ‘Vision of the Future’ uit 1996. Hierbij onderzochten de ontwerpers van Philips allerlei productgroepen op hun mogelijkheden om met geavanceerde elektronica en een sympathieke vormgeving de band tussen product en gebruiker te vernieuwen (Baxter et al. 1996: pp.17-19) [Figuur 3.47 en 3.48].

⁵¹) Toen ik eind 1995 bij de Hollandse Signaalapparaten kwam te werken, hebben we daar al de eerste commercieel verkrijgbare (toen nog wel peperdure) exemplaren van flatscreen (LCD) monitors in experimentele opstellingen van commandocentrales gebruikt.

[3.49] Philips-Alessi – Koffiezetter⁵², Citruspers, Broodrooster en Waterkoker – 1994, de ronde, in elkaar grijpende vormen van het koffiezetapparaat roepen dezelfde associatie op als het peper- en zoutstel van Eva Zeisel⁵³.



[3.50] Stefano Marzano, Alessandro Mendini en Alberto Alessi met de gezamenlijke productlijn.



[3.51] Philips-Alessi – Ontwerpschetsen uit de workshop – 1994, de vorminvloeden van het vroege postmodernisme zijn duidelijk te herkennen, zoals een variant op Michael Graves' fluitketel⁵⁵ rechtsonder.

3.2 Philips

3.2.2 Philips-Alessi

Zeer tevreden over de samenwerking met de Italianen begon Marzano nog een strategische alliantie. Dit keer met de firma Alessi, die zoals in hoofdstuk 3.1 beschreven is, op dat moment al een flinke reputatie in 'emotionele' producten had opgebouwd. Volgens Marzano kon de samenwerking met Alessi het bedrijf goed vooruit helpen: 'Alessi - renowned as a high-design company, but with no experience of electrical appliances. Philips - renowned as technology company, but not seen as a high-end brand.' (Marzano 2005: p.191). Uiteindelijk werd de uit de samenwerking voortkomende serie keukenapparaten, die onder leiding van Alessandro Mendini was ontwikkeld, ook inderdaad een van de grote vernieuwers van de vormgeving van elektrische apparaten in de keuken [Figuur 3.49 en 3.50]. Daarmee was de combinatie van bedrijven een van de eerste die de verbinding tussen de nieuwe emotionele benadering van producten en complexere apparaten wist te leggen. Hiermee betrad het tegendraads ontwerp eindelijk het productdomein buiten de geijkte design-items van de traditionele toegepaste kunst.

⁵²⁾ Zie ook Figuur 1.12, hoofdstuk 1.3, hieraan voorafgaande.

⁵³⁾ Zie Figuur 3.19, hoofdstuk 3.1, hieraan voorafgaande.

⁵⁴⁾ Bij Philips afdelingshoofd Huishoudelijke Apparaten.

⁵⁵⁾ Zie Figuur 3.2, hoofdstuk 3.1, hieraan voorafgaande.

Stefano Marzano had de samenwerking met Alessi op dezelfde manier opgezet als in het *La Bottega dell'Arte* – project: 'Philips designers, product managers, marketers and engineers attended a week-long workshop at Noordwijk with Stefano Marzano, Alberto Alessi, Kees Bruinstroop⁵⁴ and Alessandro Mendini, consultant to the project. The workshop analyzed the present domestic environment and current lifestyle trends in western society. They concluded that as the kitchen had become automated it had also become dehumanized.' (Marzano 2005: p.242).



[3.52] Promotiemateriaal bij de introductie van de Philips-Alessi lijn in 1994 (Simon Thomas 2008: p.210). Ook in dit vrolijke advertentiemateriaal is het antropomorfisme doorgedrongen: alle afgebeelde voorwerpen zijn personages geworden, inclusief de citruspers.



[3.54] Philips HR1340 – 'Billy', staafmixer uit het 'post-Phillips-Alessi tijdperk'. De verpersoonlijking van objecten die we bij Alessi zagen, keert ook hier terug in de naamgeving van de producten: 'Billy' is een eigen-naam, terwijl functionalistisch ontworpen producten altijd een anonieme 'wetenschappelijke' naam kregen. Denk bijvoorbeeld aan de Braun 'Phonosuper Sk5' platenspeler (beter bekend als 'Sneeuwwitje's glazen kist') of het Philips Strijkijzer 'HD1207' uit figuur 2.25.



[3.53] Alessandro Mendini, Philippe Starck, Michele de Lucchi en Coop Himmelb[]au – Groninger Museum – 1994, detail van het Coop Himmelb[]au paviljoen.

[3.55] Philips – afbeelding uit het jaarverslag van het concern van 1998, de begeleidende tekst verwijst naar de nieuwe Philips producten in de vorm van personages. De 'Bob' waterkoker en de eerder uitgebrachte 'Billy' staafmixer worden 'keuken-vriendjes' genoemd (Philips 1998: p.23).



Bob

Our cheeky new kitchen friend shares many characteristics with the Billy bar-blender, which was launched last year. Like Billy, Bob is boldly going where no domestic appliance has gone before.

3.2 Philips

Ook hier ging het dus weer over de relatie tot het product, die ‘menselijker’ zou moeten worden. In de schetsen die tijdens de workshop werden gemaakt zijn duidelijk de vorminvloeden van het postmodernisme en de vriendelijke vormtaal van het *Bottega dell’Arte*-project te herkennen [Figuur 3.51]. In het uiteindelijke ontwerp van Alessandro Mendini is de ‘vermenselijking’ goed gelukt. Het ontwerp van de oranje-rode koffiezetter doet eerder denken aan een gezellig dikkige kat dan aan een elektrisch apparaat; het product als huisdier op het aanrechtblad [Figuur 3.49]. Philips speelde hier verder op in door de ontwerpen ook regelmatig als ‘personage’ te presenteren [Figuur 3.52].

De verwantschap met het postmodernisme werd nog verder tot uitdrukking gebracht toen de productlijn op 27 september 1994 werd gelanceerd in het Groninger Museum, dé postmoderne kunsttempel van Nederland (Marzano 2005: pp.236-238) [Figuur 3.52]. Mendini was de hoofdarchitect van dit gebouw, waarbij hij verschillende ontwerpers en architecten bijeen bracht, precies zoals bij de samenwerkingsvorm in het Philips project, de eerdere *Bottega dell’Arte* en ook het Coffee Piazza project met Alessi (Kolsteren et al. 2002: pp.4-6).

De succesvolle Philips-Alessi productlijn (Bürdek 1996: p.133) kreeg echter te kampen met technische gebreken. Na een paar jaar gingen de verwarmingselementen van de koffiezetapparaten massaal kapot vanwege verkalking. Dit relatief snelle falen paste niet zo goed bij een toch vrij prijzige serie producten en het geheel werd al spoedig weer uit de handel genomen. De citruspers en een later aan de lijn toegevoegde blender werden nog wel langer verkocht⁵⁶. De serie apparaten had evenwel al definitief een blijvende indruk gemaakt en de invloed is herkenbaar in de opvolgende Philips producten [Figuur 3.54 en 3.55]. De zachtere vormen zijn zelfs terug te vinden in heel veel productontwerpen uit het eind van de jaren negentig.

⁵⁶) Bij mijn ouders staat de indertijd aangeschafte koffiezetter nu als design-verzamelobject in de vitrine. Dat dit niet helemaal overdreven is, ontdekte ik in de zomer van 2009 op de Brocante markt in Deventer, waar de apparaten ‘vintage’ werden aangeboden voor ver boven de oorspronkelijke winkelprijs. Reden misschien om de nog in gebruik zijnde waterkoker en broodrooster (inmiddels meerdere malen gerepareerd) er maar naast te zetten.

ELLE

WONEN

HUIS JEROEN HENNEMAN
SFEER ZOMER-WINTER HUIS
DESIGN BOREK SIPEK
IDEE OPEN HAARDEN



TE KOOP:
 TREINHUISJES
 IN FRANKRIJK

ONTWERPERS-DUO
 GAROUSTE & BONETTI

WINKELWANDELING
 IN BRUSSEL

**TREND
 KLEUR
 BEKENNEN** Nr.1

F 8,95
 B 19,50

p.s. DE LAATSTE WOON-TRENDS IN TELEGRAMSTIJL

Wie de **AANVECHTING** voelt om in de beslotenheid van het huis te orenen, schaffe zich onmiddellijk een **LESSENAAR** aan, de nieuwste inspiratiebron van menig ontwerper. **WEG** met durbries en kelims, hulde aan het handgeknoopte karpet **MET WILDE DIEREN**. Een ander dier dat de kop opsteekt is het **VOGELTJE**, gezien op de meest uiteenlopende meubels en accessoires. En wat **ECHT** niet meer kan, is het **MARMEREN** van de muren... Gezien in Milaan: de kast ondergaat een **GEDAANTEVERWISSELING**.

Was hij eerst schuin of asymmetrisch, nu krijgt hij een **RONDBUIKIG** uiterlijk. Wat is het nut van een zitmeubel met **EXTREEM HOGE RUG**? Heel vroeger hield de rugleuning de warmte van de open baard vast, nu zorgt hij voor extra **PRIVACY**. Het nieuwe **TAFELDEKKEN** wordt weer onderwets mooi met linnen tafellakens. Sinds kort is ook hier schitterend **ITALIAANS TAFELINNEN** te koop voor **EXTRA LARGE TAFELS** (Italex). De come-back van **ROTAN** meubelen is een feit. Roderick Vos maakt internationaal **FURORE** met zijn anders-dan-anders rotan stoelen.

LESSENAAR VAN ARTSANO
 KARPET LEOPARD VAN
 JEAN-JACQUES BESNINE
 VOGELKAPTE VAN MINKE
 VAN VOORTHUIZEN
 KOFFIEMOLEN VAN RICCARDO
 DALISI VOOR TWING
 KAST VAN ALDO VAN DEN
 NIEUWHAAR VOOR PASTOR
 STADEL LUSING LUSING
 VAN RODERICK VOS BIJ HORAAS
 BANK CABINET VAN MONTE

VOOR VERKOOPFORWATTE ZE INHOUD

[3.56] Elle Wonen – Cover en redactionele pagina – najaar/winter 1991, de eerste uitgave van dit mainstream stijlmagazine. In 'de laatste woon-trends' vinden we een Alessi koffiemolen van Ricardo Dalisi⁵⁷, een postmoderne bank, een onnodig gedecoreerde rotan tuinstoel een een kast van Minke Voorthuizen met vogelfiguurtjes in de geest van Michael Graves' fluitketel⁵⁸ voor Alessi. Het afgebeelde tapijt met een afbeelding van een pantervel-als-vloerkleed is qua betekenisgeving vergelijkbaar met het schilderij *Ceci-nest-pas-un-pipe* van René Magritte⁵⁹.

3.3 Conclusie

3.3 Conclusie: de vroegere tegendraadsheid is gemeengoed geworden

Begin jaren negentig was de vroegere tegendraadsheid min of meer gemeengoed geworden: de woontrends leken op den duur zelfs gedomineerd te worden door postmoderne ontwerpen [Figuur 3.56]. Andrea Branzi was in 1993 dan ook opgetogen over zijn samenwerking met de industrie, maar tegelijk ook wat verbitterd omdat het zo lang had moeten duren: '[...] aan al deze ontwikkelingen werd in de jaren tachtig de naam *nieuw design* gegeven. [...] Met uitzondering van enkele geïsoleerde gevallen, drongen deze nieuwe mogelijkheden niet door tot de belangrijkste industriële organisaties. Deze bedrijven, die culturele vooroordelen hadden tegen dergelijke alternatieven, gingen helemaal op in het perfectioneren en specialiseren van bestaande productsoorten en verwierpen geavanceerde experimenten met zaken die men te innovatief vond.' (Marzano et al. 1995: p.150). En dat is misschien wel de belangrijkste conclusie voor deze periode; dat het allemaal zo lang geduurd heeft. Maar dat is, zoals we in het vorige hoofdstuk gezien hebben, ook de schuld van de postmodernisten zelf; zij droegen aanvankelijk immers een nihilistisch 'anything goes' uit. Onder het adagium 'alles kan, als het maar niet functionalistisch is' werd de bruikbaarheid van de postmoderne productontwerpen nogal eens uit het oog verloren. Het heeft hierdoor een tijd geduurd voordat de gevestigde industrie de waarde van de onderliggende boodschap -de op de gebruiker georiënteerde vormgeving- inzag en een manier had gevonden om deze te koppelen aan de functionaliteit van haar eigen producten.

Daarnaast schrijft Olivier Boissière in 1993 over het postmodernisme in het industrieel ontwerp: 'Memphis wilde de taal van de vormen en kleuren vernieuwen en voorrang geven aan de 'persoonlijkheid' van het object.' (Bellati 1993: p.25). Maar in de toepassing van de ideeën van

⁵⁷⁾ Zie Figuur 3.13, hoofdstuk 3.1, hieraan voorafgaande.

⁵⁸⁾ Zie Figuur 3.2, hoofdstuk 3.1, hieraan voorafgaande.

⁵⁹⁾ Zie Figuur 1.28, hoofdstuk 1.5, hieraan voorafgaande.



[3.57] Philippe Starck – 'Excalibur' – 1995, WC-borstel van de firma Heller. De gebruiker zou het vervelende werkje op een andere manier gaan 'beleven' doordat de borstel is vormgegeven als een degen. De naam van het product voegt ook hier een extra laag toe aan de betekenis van het object, net als bij de 'Andries' kandelaar van Marcel Wanders⁶⁰.

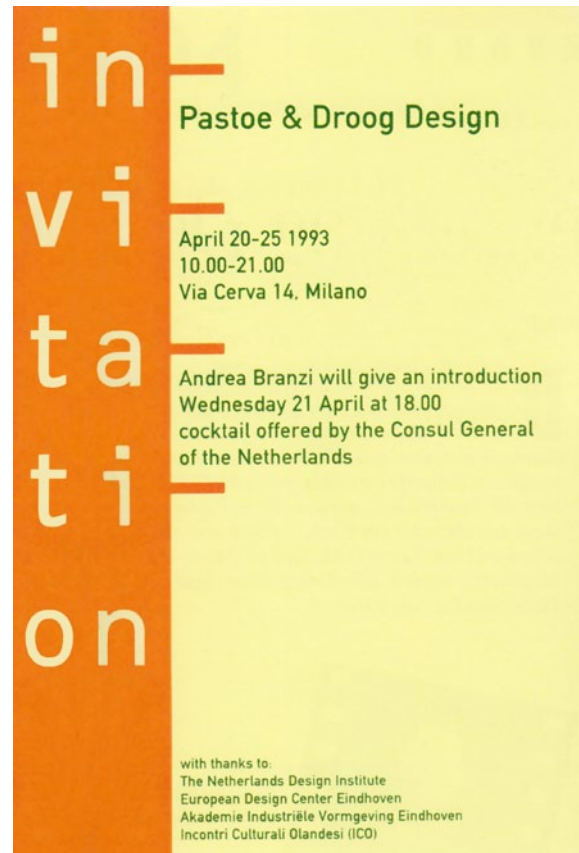
3.3 Conclusie

het 'nieuw design' op producten in de jaren negentig staat niet alleen de persoonlijkheid van het object centraal, maar gaat het uiteindelijk over de interactie tussen twee 'persoonlijkheden'; die van het object én die van de gebruiker. Ook Philippe Starck had het uiteindelijk goed gezien. Nadat hij een groot aantal ontwerpen van producten die wel hanteerbaar waren had gemaakt stelde hij: 'If we had to, we could clean a toilet with a branch of a tree or an old brush - but we prefer something perhaps a little more interesting. A good object, I think, not only does the job, but also contains some humour and love. A good object renders its service with grace.' (Sweet 1999: p.15) [Figuur 3.57]. Hierbij heeft het experience-design een definitieve plek verworven in het industrieel ontwerp. Voortaan was het niet meer genoeg als een product zijn functie vervulde; de gebruiker moest er ook nog een zekere vorm van plezier aan beleven, of toch op zijn minst er een herinnering aan overhouden, om betekenisvol te kunnen zijn. Het oprekken van het begrip functionaliteit, zoals Starck dat deed ter verdediging van zijn citruspers-ontwerp, bleek daarbij een goede zet, want Michael Erlhoff had in 1990 al opgemerkt: '[...] in other words, design does not have to compensate for the technical shortcomings of the products (which they since no longer have⁶¹), but rather for the psychological shortcomings of human beings or of society itself. Nowadays, beholders or users demand of objects that they display qualities they cannot possibly have: identity, individuality, the meaning of life, the fulfillment of the widest range of wishes and cravings. The concept of function has suddenly undergone boundless expansion.' (Erlhoff et al. 1990: p.13).

Door de invloed van de postmodernisten ontstaat uiteindelijk iets wat we 'augmented functionalism' kunnen noemen. Een functionalisme-*plus*, waarbij niet alleen aandacht is voor de bruikbaarheid van producten, maar waar met name de betekenis voor de gebruiker het succes bepaalt. De vormgeving wordt niet langer *alleen* afgeleid van de functionaliteit en opbouw van het product (dit principe was voor de nieuwe generatie elektronische producten immers sowieso niet meer houdbaar) maar *ook* gekoppeld aan een aansprekend verhaal voor de beoogde consument. De voorbeelden van Philips, Alessi en Starck hebben laten zien dat de door Venturi en Jencks zo vurig bepleitte 'communicatie met de gebruiker' ook mogelijk is zonder de functionaliteit -in de vorm van bruikbaarheid, duurzaamheid en betaalbaarheid- van de producten geheel uit het oog te verliezen.

⁶⁰) Zie figuur 1.30, hoofdstuk 1.5, hieraan voorafgaande.

⁶¹) Dit was dus voor de tegendraads ontworpen producten nog niet altijd het geval, denk aan de onbruikbare citruspers van Starck en de haperende koffiezetter van Philips Alessi. Blijkbaar ging het compenseren van de psychologische tekortkomingen nog deels ten koste van andere aspecten in het ontwerp.



[4.1] Uitnodiging voor de eerste presentatie van 'Droog Design' – Milaan – 1993, in samenwerking met de Nederlandse meubelfabrikant Pastoe. De Italiaanse postmodernist en designtheoreticus Andrea Branzi was gestrikt voor de opening: 'In his speech he labels the products 'protestantism'. It is not clear whether he means this in a positive or a negative sense.' (Ramakers et al. 2006: p.167).

4 Ideeën-design

4 Opkomst van het ideeën-design

In de met het in het voorgaande hoofdstuk beschreven tijdvak overlappende periode van ongeveer 1990 tot 2000 werd de emotionele benadering uit de tegendraadse postmodernistische productontwerpen van de jaren tachtig in toenemende mate in verband gebracht met de functionaliteit van producten. Hierbij ontstonden interessante combinaties van herkenbare betekenissen en bijvoorbeeld nieuwe materialen, of combinaties van technologie en culturele uitingen. De producten uit deze stroming blonken meestal niet uit door functionele bruikbaarheid, maar eerder door de helderheid van het achterliggende idee. Hierdoor wordt het ideeën-design genoemd, of nog vaker ‘conceptueel design’. Nederlandse ontwerpers speelden met het label Droog in deze ontwikkeling een belangrijke rol (Teunissen & van Zijl 2000: pp.14-21; Simon Thomas 2008: pp.215-220).



[4.2] Tejo Remy – 'Chest of Drawers' – 1991, onderdeel van de design collectie van Museum of Modern Art in New York. De afzonderlijke delen van de kast maken het object direct herkenbaar als kast. Het object als geheel lijkt echter totaal niet op een gebruikelijke kast.

4.1 Conceptueel ontwerp

4.1 Het conceptueel ontwerp

In de vroege jaren negentig begonnen Gijs Bakker en Renny Ramakers een project ter aanmoediging van jonge, getalenteerde Nederlandse ontwerpers. Het duo introduceerde een label met de naam Droog Design en liet in 1993 als eerste internationaal van zich spreken met een show op de Salone del Mobile in Milaan (Simon Thomas 2008: pp.215-217) [Figuur 4.1].

Onder de ontwerpers die een bijdrage leverden aan het label in de vroege jaren waren Peter van der Jagt, Tejo Remy, Arnout Visser, Piet Hein Eek en Gijs Bakker zelf. Om de aanzienlijke belangstelling voor het initiatief goed te kunnen verwerken en tegelijkertijd het project een stabielere basis te geven, richtten Bakker en Ramakers vervolgens in 1994 een gelijknamige stichting op (van Zijl 1997: p.12). Met Droog Design plaatste Ramakers zichzelf uiteindelijk in het middelpunt van een beweging van nieuwe ontwerpers die ze al in de late jaren tachtig had voorspeld. In 1987 schreef ze in het bij een serie tentoonstellingen over het Nederlandse naoorlogse industrieel ontwerpen behorende overzichtswerk *Holland in Vorm*: 'The 1980's have now produced a new generation of designers. Influenced by developments in architecture and by the Italian design groups Memphis and Alchimia, they are positioning themselves as artists more than ever before. Expressive qualities are for them the essence of design as well. But they are not production-oriented. The end product is simply the implementation of an idea.' (Staal et al. 1987: p.224). Droog Design werd hierna binnen een paar jaar wereldberoemd met bijdragen van, onder anderen, Marcel Wanders en Jurgen Bey. Aan het begin van de nieuwe eeuw werd het label min of meer maatgevend voor een bredere stroom 'Dutch Design',



[4.3] Tejo Remy – ‘Chest of Drawers’ – 1991, ieder exemplaar van de kast is anders van samenstelling doordat steeds andere lades gebruikt worden als uitgangspunt. Bij dit exemplaar is ook een wijnrek opgenomen in de kast.



[4.4] Marcel Wanders – ‘Set Up Shades’ lamp – 1989, net zo letterlijk als de ‘stapel lades’ van Tejo Remy een ‘stapel lampenkappen’⁶².

gekaracteriseerd door Ingeborg de Roode, curator industrieel design van het Stedelijk Museum in Amsterdam, als: ‘speels, conceptueel en maatschappijkritisch’ (Powilleit & Quax 2008: p.4).

Bekeken vanuit het perspectief van de ideeëngeschiedenis zijn de producten uit deze vroege periode voornamelijk simpel, humoristisch en zelfverklarend. Vooral dat laatste draagt bij aan de grote waardering door collega-ontwerpers en kunstcritici, al kwam die waardering vóór de coming-out van het Droog label maar moeilijk op gang. Zo kostte het Richard Hutten twee jaar om zijn afstudeerproject aan de Design Academy in Eindhoven te voltooien omdat weinig mensen enthousiast waren over zijn ‘ontwerpen van concepten’ (van Hinte 2002: p.26).

Simpel, humoristisch en zelfverklarend is in ieder geval van toepassing op de ‘Chest of Drawers’ van Tejo Remy, het is namelijk precies wat het zegt te zijn: een kast met lades [Figuur 4.2]. Het ontwerp is niet speciaal aantrekkelijk en men kan zich terecht afvragen of het eigenlijk wel functioneel is. Het is in ieder geval als kast niet erg efficiënt. Maar het is wel in één oogopslag herkenbaar en de toeschouwer zal het object niet snel vergeten. De herkenbaarheid wordt nog extra aangezet door de naamgeving, hetgeen als een omgekeerde versie is te beschouwen van het werk van Magritte uit hoofdstuk 1.5, waarbij de vervreemding opgeroepen werd door bij beelden van direct herkenbare objecten te zeggen: ‘dit is eigenlijk iets anders’ [Figuur 1.28 en 1.29]. Remy stelt juist bij een vervreemdend object ‘dit is wél een kast met lades’, waarmee hij het bij de gebruiker bestaande beeld van wat een ‘ladekast’ is, als het ware een beetje uitbreidt: ‘dit is óók een ladekast’.

Volgens Aaron Betsky, de schrijver van het boek *False Flat; Why Dutch Design is so Good*, staat de stapel lades zelfs een beetje model voor alle kasten die er zijn, want via de verschillende laatjes verwijst het object naar evenzoveel verschillende meubelstijlen: ‘The result looks happenstance, and may not be the most logical chest of drawers, but it becomes a microcosm of all chests one has seen, stripped of the constraint the designer usually puts on such a piece of furniture by choosing one style for a frame.’ (Betsky & Eeuwens 2004: p.172). Als laatste is het ook een zeer persoonlijke kast, doordat geen enkele verzameling tweedehands lades hetzelfde is en de bezitter van de kast zelf kan bepalen hoe hij de

⁶²⁾ Lampenkap is in het Engels ‘lampshade’ of kortweg ‘shade’.



[4.5] Matteo Thun – ‘Hollywood’ lampen – 1989.



[4.6] Arnout Visser – ‘Archimedes’ brievenweger – 1990-1991, het werkingsprincipe is bij dit object duidelijk zichtbaar.

lades rangschikt. Je kunt natuurlijk ook zelf lades toevoegen om de band met het object nog verder te versterken. Ontwerper Remy heeft bovendien op verzoek van letterontwerper Gerard Unger een exemplaar vervaardigd waarbij de lades zijn gegroepeerd rondom een nieuw televisietoestel (Teunissen & van Zijl 2000: p.109). Ook is er een versie met een wijnrek tussen de lades (Ramakers et al. 2006: p.61) [Figuur 4.3].

4.1 Conceptueel ontwerp

Dezelfde absolute herkenbaarheid wordt bereikt met de 'Set Up Shades' lamp van Marcel Wanders, opgebouwd uit standaard lampenkappen [Figuur 4.4]. De typische basisvorm van de kappen werkt als een soort archetypen en tegelijkertijd zorgt de herhaling van de vorm voor een interessante productopbouw, zoals ook bij de verwante 'Hollywood' lampen van Matteo Thun uit hetzelfde jaar, waarmee we tegelijk een interessante brug ontwaren tussen de vertegenwoordigers van de vorige periode en de nieuwe [Figuur 4.5]. De lampen zijn een laat werk van Thun, die in de jaren tachtig samenwerkte met Ettore Sottsass en onderdeel uitmaakte van de Memphis groep. De 'Set Up Shades' is daarentegen een vroeg werk van Wanders, die in de jaren negentig zou uitgroeien tot een prominent vertegenwoordiger van het conceptueel design (Joris et al. 1999: pp.8-9). Wanders verklaarde zich ook, net als menig ontwerper uit de Neue Design en Punk-beweging, af te willen zetten tegen de consumptiemaatschappij: 'in which everything has to be young, smooth and perfect.' (Teunissen & van Zijl 2000: p.168). In dat licht is de herhaling van de lampenkappen ook op te vatten als een ironische verwijzing naar standaardisatie en massaproductie (Joris et al. 1999: p.9).

Een ander interessant conceptueel ontwerp is de brievenweger 'Archimedes' van Arnout Visser [Figuur 4.6]. Net als bij Remy en Wanders is de naamgeving ook hier weer verhelderend, want het product is gebaseerd op het principe van waterverplaatsing, dat bekend staat als de *wet van Archimedes*.

Een toevoeging op de werken van Wanders en Remy is echter, dat hier niet het *beeld* van het object wordt aangeduid, maar het daadwerkelijke functioneren van het product. Door een brief bovenop het object te leggen wordt de bovenste cilinder naar beneden gedrukt en stijgt het vloeistofniveau dat vervolgens afgelezen kan worden op de schaalverde-



[4.7] Peter van der Jagt – ‘Bottoms-up’ Deurbel – 1993, de naam verwijst weer naar de betekenis van het object, in de vorm van de ondersteboven geplaatste wijnglazen.⁶³



[4.8] Gijs Bakker – Koffiezetter prototype – 1980-1982, in dit postmoderne ontwerp, dat bewust was ontworpen om zich te onderscheiden van de overvloedige concurrentie (Boelen 2010: p.36), is juist het proces van koffiezetten heel goed zichtbaar.



[4.9] Dick van Hoff – ‘Stop’ mengkraan – 1996, net als bij de deurbel van Peter van der Jagt is de werking van het object duidelijk zichtbaar. Ook is er, net als bij de deurbel, gebruik gemaakt van standaard onderdelen om de herkenbaarheid te vergroten (Teunissen & van Zijl 2000: p.54).

ling. Hierdoor kan het ondanks dat het ding niet op een gebruikelijke brievenweger lijkt, toch herkenbaar zijn voor iedere gebruiker.

Eenzelfde manier van zelfverklaring van de werking van het product vinden we in de 'Bottoms-up' deurbel van Peter van der Jagt [Figuur 4.7]. Iedereen weet dat kristallen glazen een mooi geluid maken als je er tegen tikt. Dit principe verwijst zelfs rechtstreeks naar het begrip 'aandacht trekken', wat in principe ook de functie is van een deurbel. Bij een officieel diner is het een gewoonte om met een lepel tegen het glas te tikken om aandacht te vragen voor een speech. Door dit principe zo expliciet te gebruiken in een deurbel wordt het object herkenbaar voor iedere gebruiker, ongeacht cultuur of achtergrond. Wat het ontwerp nog sterker maakt is dat het twee échte glazen zijn. Dus niet twee vormen die aan glazen doen denken, maar glazen waaruit je -als ze niet op zijn kop aan het plafond hingen- gewoon wijn zou kunnen drinken. En hoewel de vorm van het object helemaal niet lijkt op de gereserveerde vormtaal die door de functionalisten werd gepropageerd, verwijst dit ontwerp dus wel degelijk naar een soort universele taal, in de zin dat de werking van het product direct uit de vormgeving af te lezen is. Dit is dan geen vormtaal in de zin van een bepaalde stijl, maar meer een product-taal die rechtstreeks te begrijpen is. Van der Jagt stelt dan ook naar aanleiding van het ontwerp: 'Die ideeën kwamen stuk voor stuk voort uit mijn overtuiging dat ontwerpen -producten- zichzelf moeten vertellen.' (van Tilborg 2010: p.41).

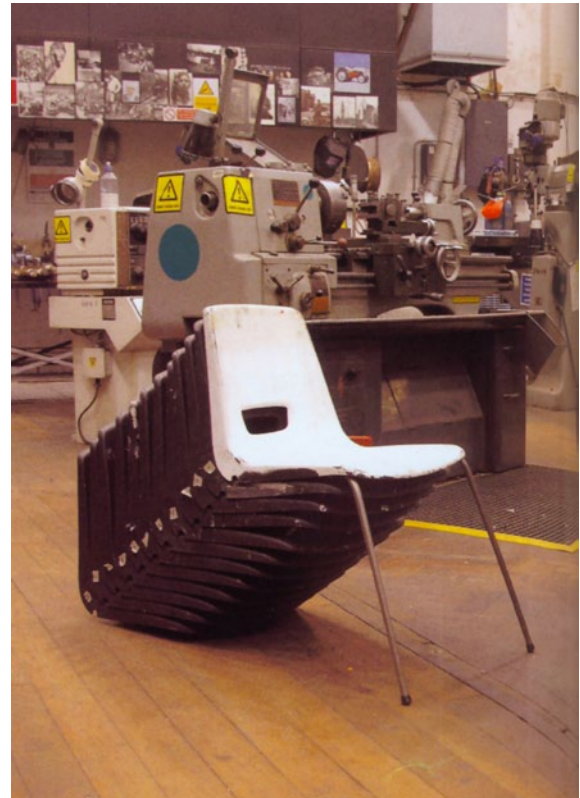
Deze ambigue houding ten opzichte van het functionalistische ideaal van 'Form Follows Function' is ook zichtbaar in het door Gijs Bakker ontworpen koffiezetapparaat van begin jaren tachtig [Figuur 4.8]. Aan de ene kant is het ontwerp postmodernistisch in vormtaal en kleurkeuze. Aan de andere kant is het proces van het koffiezetten heel duidelijk te volgen; van het doorzichtige waterreservoir, via de buisjes naar het verwarmingselement en dan door de als een keukenkraan gebogen uitloop door de trechtervormige 'processor' naar de archetypische kan. Op vergelijkbare wijze is in de 'Stop' kraan van Dick van Hoff het mengen van koud en warm water zichtbaar gemaakt in het subtiel samenkomen van de twee buizen [Figuur 4.9]. Op deze manier zijn de ontwerpen van de conceptueel ontwerpers dus veel duidelijker in de communicatie van hun functie dan veel van hun functionalistische voorgangers.

⁶³⁾ Daarnaast is 'bottoms-up' ook een vulgaire Amerikaanse zegswijze om dames aan te moedigen met hun rondingen te pronken: een wat verzochte tweede verwijzing naar de functie 'aandacht trekken'.

[4.11] Maxine Naylor en Ralph Ball – ‘The Complete History of Shelf Supports’ – 1997-1998, letterlijke tegendraadsheid: ‘the shelf is supported by the books instead of the other way around. The concept is taken further by the fact that the titles of the books indicate that the shelf is being supported not by mere books but by every type of shelf support that ever existed.’ (Naylor & Ball 2005: p.31).



[4.10] Maxine Naylor en Ralph Ball – ‘Coffee Table Book Table’ – 1997-1998, het ontwerp is eigenlijk een woordgrap: ‘This table takes its form and concept from the symbiotic relationship between design and books on design. [...] The books are all copies of the international Design Yearbook built up year by year... each successive edition renders the previous one redundant in an inaccessible archive.’ (Naylor & Ball 2005: p.31).



[4.12] Maxine Naylor en Ralph Ball – ‘Grey-stack’ prototype – 2003

Zoals ook met de ‘stoel om naar de maan te kijken’ uit de introductie, is het deze duidelijkheid in de betekenis van het object, die je de ontwerpers doet vergeven dat de producten in sommige opzichten helemaal niet praktisch zijn. Zo is de deurbel van van der Jagt bijvoorbeeld lastig schoon te maken, in het bijzonder als de glazen op zijn kop zijn gemonteerd aan het plafond van de hal⁶⁴.

4.1 Conceptueel ontwerp

Een andere overeenkomst met de ‘stoel om naar de maan te kijken’ is de omgang met de naamgeving van de objecten. Bij de conceptueel ontwerpers is de naam ook vaak een toevoeging op de betekenis van het product, zoals in de ‘Chest of Drawers’ van Tejo Remy. Deze verduidelijking van de betekenis heeft vaak ook nog een dubbele bodem, zoals bij de ‘Bottoms-up’ deurbel van van der Jagt. Maxine Naylor en Ralph Ball hebben dit verder uitgewerkt in hun op poëzie geïnspireerde ontwerppraktijk (Naylor & Ball 2005: p.27). Net als de ‘Chest of Drawers’ schatplichtig aan Magritte’s ‘Ceci n’est pas un pipe’⁶⁵, bereikt de koffietafelboek-tafel daarmee een soort Droste-effect: de tafel is gemaakt van de boeken die bedoeld zijn om erop te leggen. Als het ontwerp zelf weer in het boek wordt afgebeeld, is de cirkel compleet [Figuur 4.10].

⁶⁴) Dat op zijn kop monteren heeft mijzelf overigens ooit een hele middag gekost vanwege de onhandige bevestigingsbeugel. En nog eens een halve middag toen we waren verhuisd. Toen kon ik wel de glazen tussendoor even schoon maken. Eerlijkheidshalve moet vermeld worden dat latere versies van de ‘Bottoms-up’ deurbel zijn voorzien van een beugel die de glazen afneembaar maakt.

⁶⁵) Zie hoofdstuk 1.5, hieraan voorafgaande.

⁶⁶) Ook hier spelen de conceptueel ontwerpers het spel met de letterlijke naamgeving: een ‘geknoopte stoel’ en een ‘boomstambank’.

Bij hun voorstel voor een boekenplank drager is de naam ook het uitgangspunt voor het ontwerp en niet andersom: de betekenis krijgt daarbij eenzelfde gelaagdheid als bij de ‘Andries’ kandelaar van Marcel Wanders uit hoofdstuk 1.5 [Figuur 4.11]. Met dezelfde dubbelzinnigheid namen ze ook nog de functionaristen op de hak door het fenomeen van de ‘stapelbare stoel’ tegendraads uit te werken [Figuur 4.12].

Twee andere ontwerpen die de vergevingsgezindheid van de praktisch ingestelde gebruiker nadrukkelijk aanspreken zijn de ‘Knotted Chair’ en de ‘Tree trunk Bench’⁶⁶ van respectievelijk Marcel Wanders en Jurgen Bey. Deze objecten -die bedoeld zijn om op te zitten- zitten namelijk behoorlijk ongemakkelijk, als je al eens in de gelegenheid komt om erop te mogen zitten overigens. Vanuit het oogpunt van betekenisgeving is de ‘Knotted Chair’ echter een interessant voorbeeld van een combinatie van ‘oud’ en ‘nieuw’; vernieuwend en toch vertrouwd [Figuur 4.13]. Het maken van een vorm door touw te knopen (macramé, kant, visnetten, et cetera) is een erg oude techniek en daardoor herkenbaar. Door dit te combineren met high-tech materiaal en een modern productie-



[4.13] Marcel Wanders – ‘Knotted Chair’ – 1995, de stoel is door het moderne materiaal vederlicht, maar daarnaast heel herkenbaar door de ouderwetse knooptechniek die aan de vorm ten grondslag ligt.

[4.14] Jurgen Bey – ‘Tree Trunk Bench’ – 1999, een samenstelling van herkenbare elementen uit twee verschillende contexten.



[4.15] ‘Tree Trunk Bench’ op landgoed Oranienbaum - 1999

[4.16] Schloß Oranienbaum: ‘The castle of Oranienbaum, surrounded by a big landscape garden, was built by a Dutch princess of Oranje Nassau in the 17th century. Eager to preserve this Dutch-German cultural heritage for future generations, the Dutch government decided in 1997 to contribute to its restoration. This is based on a concept delivered by the local Cultural Foundation Dessau Wörlitz that is focusing on restoration, revival and innovation. For the latter two they asked Droog to cooperate.’ (Droog Design 1999).



[4.17] George Nakashima – ‘Conoid’ bank – 1960s, Nakashima was een eigenzinnig ontwerper die bekendheid had in de jaren zestig in de Verenigde Staten. Dit unieke exemplaar van een houten bank werd in 2006 verkocht op een veiling van contemporain design bij Sotheby’s New York, voor 120.000 USD (Sotheby’s 2008).



proces (het touw is geweven van aramide-vezel rond een kern van carbonfiber en daarna gedrenkt in hars om zijn vorm vast te houden) wordt het oude ambacht als het ware vernieuwd.

De 'Tree Trunk Bench' werd ontworpen voor het park van het zeventiende-eeuwse landgoed 'Oranienbaum'. Bey combineerde het natuurlijke karakter van het park in de vorm van een omgezaagde boom met een aantal in brons nagemaakte rugleuningen van de antieke inboedel van het landhuis [Figuur 4.14].

Met deze aanpak is het resultaat geen goed zittende parkbank, maar wel een object dat een prachtige combinatie is van alle aspecten uit zijn omgeving [Figuur 4.15 en 4.16]. Niet alleen het natuurlijke en het kunstmatige, maar ook de historische achtergrond van het landgoed en het idee van de parkinrichting als 'natuur-gemaakt-door-de-mens' is zichtbaar in de samenstelling van de gezaagde boomstam en de bronzen leuningen. Teunissen en Zijl schrijven dan ook opgetogen: 'It is just as if the design, with its natural and fairytale appearance, had always existed' (Teunissen & van Zijl 2000: p.35). Per ongeluk hebben zij op twee manieren gelijk, want het ontwerp van Bey lijkt heel sterk op de 'Conoid' bank van George Nakashima [Figuur 4.17].

Uit deze voorbeelden blijkt dat de breuk met het verleden eigenlijk niet zo radicaal was als de tegendraadse ontwerpers zelf vaak suggereerden. Er is eerder sprake van een subtiele verschuiving van het perspectief, waarbij de functionaliteit met nieuwe middelen, materialen en technieken werd ingevuld. Dit leverde niet zozeer radicaal nieuwe producten op -het blijven tafels, stoelen en banken- maar wel nieuwe combinaties van betekenissen. Dit is ook wat Kuhn (1996: p.111) uiteindelijk beweerde: de paradigmawisselingen lijken vaak groter dan ze zijn. Er is eerder sprake van een wisseling van gezichtspunt; een nieuwe kijk op de oude vertrouwde dingen.



[4.18] Richard Hutten – tafel concept, prototype – 1990.



[4.19] Richard Hutten – 'Skyline Rotterdam' dressoir – 1995.

4.2 Richard Hutten

4.2 Richard Hutten

Richard Hutten geldt tegenwoordig, na een moeizame start, als een van de belangrijkste pioniers van het conceptueel design. Ed van Hinte schrijft: 'Designing concepts was still quite uncommon in the beginning of the nineties. It took Hutten two years to graduate because of that.' (van Hinte 2002: p.26). Hutten studeerde uiteindelijk af aan de Design Academy in Eindhoven met zijn 'tafel' project. Vanuit het grondidee (concept) van wat een tafel is, namelijk een blad, vier leggers en vier poten, ontwierp hij een compleet 'onderkomen' door manipulatie van de drie basis onderdelen [Figuur 4.18]. Een lage tafel wordt een krukje en een nog lagere tafel een bed. Een hele grote tafel definieert de ruimte. Door nieuwe producten te maken, simpelweg door de onderlinge verhoudingen van een huis-tuin-en-keuken-tafel te manipuleren, ontstaan op deze manier wederom verrassende producten die toch zeer herkenbaar zijn.

De kracht van Huttens ontwerpen is dat hij met zijn maximaal herkenbare en maximaal versimpelde vormen toch visueel heel interessante opstellingen weet te maken, zoals blijkt wanneer hij dezelfde truc uithaalt met een standaard dressoir [Figuur 4.19]. Zelf noemt hij deze extreme helderheid 'No sign of Design' (van Hinte 2002: p.6-7). Dat is natuurlijk onzin, want iedere herkenbare vormtaal is een vorm van design. Het grappige is dat deze instelling wel iets weg heeft van de opvattingen van de modernisten, die immers ook streefden naar een minimale vormtaal die maximaal herkenbaar was. De modernisten deden dit echter via de primair functionele en mechanische weg, terwijl Hutten dit via een culturele weg bewerkstelligt door aan te sluiten bij het oerbeeld of archetype dat de gebruikers met de productsoort associëren.



[4.20] Richard Hutten – ‘Thing 7’ – 2000.



[4.21] Ginbande – ‘KinderMöbel’ – 1991, bestaande meubels zijn als het ware uit elkaar gehaald en als een bouwdoos -of als constructiespeelgoed- weer op een andere manier in elkaar gezet.

4.2 Richard Hutten

Later ontwikkelde Hutten ook een serie hybride producten vanuit de mix van 'stoelen' en 'tafels', 'Things' genaamd. Vooral 'Thing 7' vertoont treffende gelijkenis met de 'Tree Trunk Bench' van Jurgen Bey door de schijnbaar willekeurige opstelling van rugleuningen [Figuur 4.20].

Met een anekdote van Hutten laat Ed van Hinte zien hoe de herkenbare manipulaties ook leiden tot nieuw gebruik: 'At a furniture exhibition the designer observed the use of [...] Thing 7, [...] where two obvious parents were conferring about the show, sitting next to each other. Their daughter was obviously bored stiff, pouting and angrily leaning against the remaining backrest, some six feet away. It was instant drama and Hutten loved every second of it.' (van Hinte 2002: p.6). Huttens project doet overigens sterk denken aan de set van kindermeubels van ontwerpcollectief Ginbande, representanten van het Duitse Neue Design, die ook bedoeld is om nieuwe manieren van 'zitten' uit te lokken (Albus et al. 1995: p.58) [Figuur 4.21].

Hutten laat zijn ontwerpen ontstaan vanuit de beperking van het herkenbare; de archetypische stoel, kast of tafel. Door de manipulatie van bestaande verhoudingen ontstaan er echter nieuwe functies die het voorwerp kan gaan vervullen, zoals bij 'Thing 7', die onwillekeurig de onderlinge verhoudingen in een klein gezin weergaf. Ook bij het tafel project is deze vorm van betekenisgeving zichtbaar: de lage tafel wordt pas een bed als je er ook daadwerkelijk op gaat liggen slapen, anders blijft het gewoon een lage tafel. Hutten stelt: 'Function is what determines meaning, and use provides the context within which meaning can evolve.' (van Hinte 2002: p.51). Juist door het gebruik van de producten wordt de betekenis van de algemeen vormgegeven objecten verder ingevuld en dus niet door een specifieke styling of vormtaal. Uiteindelijk laat Hutten de gebruiker bepalen hoe het ontwerp daadwerkelijk functioneert (of niet). Hij sluit hierbij aan op het 'usability' idee van techniekfilosoof Don Ihde waarbij het functioneren van producten wordt bepaald door de interactie of wisselwerking tussen gebruiker en object. Ihde stelt: 'Als technologieën alleen maar objecten zouden zijn, totaal gescheiden van menselijk handelen, dan zouden ze niet meer dan rondslingerende rommel zijn. Als ze eenmaal in de praxis opgenomen zijn, kan men niet meer spreken van technologieën 'in zichzelf' maar alleen van het actieve, relationele paar mens-technologie' (gecit.in:



[4.22] Richard Hutten – De ‘Domoor’ beker (2001) in ‘gebruik’ door de hond van ontwerper Michael Young (Meijers 2008: p.110) – Eén van de ‘in use’ favorieten van Hutten zelf, vanwege de nieuwe materiaaluitstraling die ontstaat. (Hutten 2008).

[4.23] Richard Hutten – De ‘Sexy Relaxy’ stoel in ‘gebruik’ – Dit is de latere rotatiegegoten versie van de stoel met lampje erin uit 2004. Het oorspronkelijke ontwerp stamt uit 2001 en was uitgevoerd in polyester en ontworpen op verzoek met het thema ‘relax, clean and sexy’, voor de firma E&Y uit Tokyo: ‘Hutten found inspiration in Sharon Stone showing her most private spot to the policemen interrogating her in ‘Basic Instinct’. He decided to use her posture, legs apart just a bit, and the sterility of her white home to define the form and the colour of the chair.’ (van Hinte 2002: p.76).



[4.24] Richard Hutten – ‘Sexy Relaxy’ stoel voor E&Y – Verchromde versie uit 2002



Verbeek 2000: p.134). Het object levert in deze opvatting ‘proposities’ die door de gebruiker ingevuld of aangewend kunnen worden in het gebruik (wat Ihde de praxis noemt), of zoals Hutten zelf zegt; ‘Ik ben geen ontwerper in de zin dat ik problemen oplos, ik schep mogelijkheden’ (Hutten 2008).

4.2 Richard Hutten

Deze benadering van functionaliteit wordt tegenwoordig vaker aangehaald⁶⁷, maar wat Hutten eraan toevoegt is dat het hem, van tevoren, weinig lijkt te interesseren hoe mensen zijn producten gaan gebruiken. Hutten heeft daar zelfs een project van gemaakt, resulterend in de publicatie *Richard Hutten; Works in Use* (Hutten et al. 2006). Voor dit boek heeft Hutten aan bezitters van zijn producten gevraagd om foto’s op te sturen waarop zij de producten ‘gebruiken’, om achteraf te kunnen zien hoe zijn ontwerpen eigenlijk gebruikt worden. Dit resulteerde in een hoop originele gebruikssituaties, met vormen van gebruik waar de producten niet voor bedoeld lijken [Figuur 4.22], maar ook vormen van gebruik waar de producten wel voor bedoeld leken [Figuur 4.23 en 4.24].

⁶⁷) Zelfs Ettore Sottsass gebruikt dit uitgangspunt als hij laat in zijn carrière stelt: ‘Ik ontwerp geen voorwerp waar een functie aan vast zit. Eerst ontwerp ik het voorwerp, en dan komt de functie. Bij veel objecten die ik heb ontworpen, heb ik zelfs helemaal niet gedacht aan een functie. Het idee dat er een einde moest komen aan het functionalisme, heb ik mijn hele leven al gehad. Wat is een functie, wanneer heeft iets een functie? Het hangt er maar net vanaf waarvoor je iets gebruikt.’ (Escher 2007: pp.37-38).



do create

[4.25; 4.26] Jurgen Bey – 'do-add/Short leg' – 2000, afgebeeld op de omlag van het presentatieboek *do create*, met het door Kesselkramer ontworpen logo waarbij de 'o' was vervangen door een vingerafdruk om de bijdrage van de consument te symboliseren (van der Zanden & Ramakers 2000).



instructions:

fig.1



fig.2



fig.3



[4.27] Stang – instructies bij de 'do add' van Jurgen Bey – 2000.

4.3 Do-Create

4.3 Do-Create

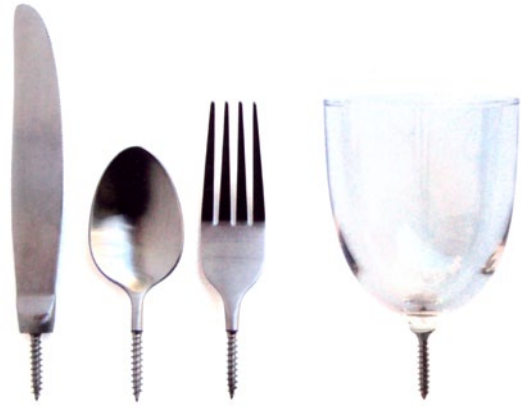
De door Hutten omarmde benadering van functionaliteit werd door een aantal conceptueel ontwerpers tot in het extreme doorgevoerd in het project 'do create'. Hierbij was het uitgangspunt niet alleen dat de gebruiker bepaalt hoe het object gaat functioneren, de bedoeling was zelfs dat de gebruiker eerst zelf iets aan het object moest toevoegen voordat het überhaupt kón functioneren. Het meest illustratieve voorbeeld hiervan werd geleverd door Jurgen Bey met de stoel 'Short leg' [Figuur 4.25 en 4.26].

Do-Create was een samenwerkingsproject van Droog Design en het reclamebureau Kesselskramer, dat het do-concept al in 1996 had bedacht voor een potentiële cliënt. De opdracht ging echter niet door, waarna het reclamebureau zelf verder ging met het idee. 'do' werd daarbij als een merk opgevat: 'we brainstormed for other applications for 'do', making a radical change to the traditional process by first establishing a brand and then adding products much further down the road. This was the beginning of do.' (Kesselskramer 2000: p.41). Kesselskramer werkte daarna met verschillende partijen samen om het concept verder uit te werken, samen *doen* was immers de basisgedachte van het merk (Kessels & Whisnand 2006: pp.15-26). Met het 'do create' project werden er voor het eerst fysieke producten ontworpen voor het merk en de resultaten van de samenwerking werden in 2000 gepresenteerd op de International Furniture Fair in Milaan. In de door Kesselskramer verzorgde publicaties werden de ontwerpen vergezeld van strip-achtige instructietekeningen van illustrator Stang [Figuur 4.27].

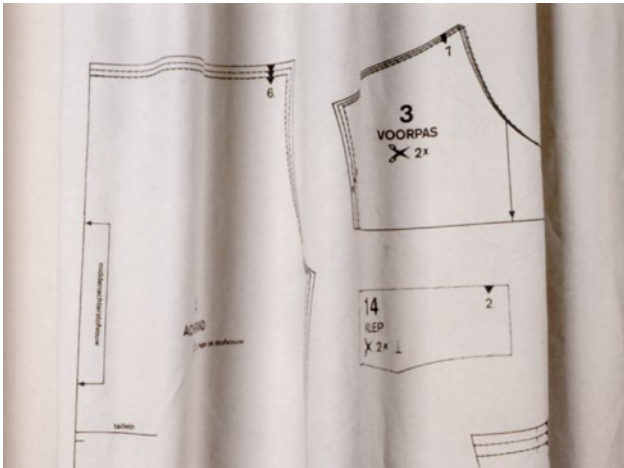
Naast de incomplete stoel van Jurgen Bey werd onder meer een metalen



[4.28] Frank Tjepkema en Peter van der Jagt – ‘do break’ – 2000, door de porseleinen vaas met rubberen binnenkant ‘kapot’ te gooien krijgt deze een door de gebruiker persoonlijk beïnvloed decor: ‘to ensure a special end-design as created by the owner.’ (Kessels & Whisnand 2006: p.29).



[4.30; 4.31] 5.5 Designers – ‘do screw’ – 2006, project voor Kesselskramer’s publicatie *One hundred and one things to do* (Kessels & Whisnand 2006). Het was de bedoeling het bestek aan te vullen met handvatten uit de eigen omgeving van de gebruiker. De ontwerpers gaven zelf alvast een voorzet.



[4.29] Djoke de Jong – ‘Curtain with pattern print’ – 1993, de stof met voorbedrukt naaipatroon gold net als de kast van Tejo Remy als een voorbeeld voor het ‘do create’ project (van der Zanden & Ramakers 2000: p.2).



kubus gepresenteerd van ontwerper Marijn van der Poll, die met een voorhamer in de vorm van een stoel moest worden geslagen. De participatie van de gebruiker werd ook opgeroepen met een vaas van Frank Tjepkema en Peter van der Jagt die men kapot kon gooien: een laag rubber aan de binnenkant van de vaas hield de gebroken delen bij elkaar, waardoor voor iedere vaas een uniek schervenpatroon kon ontstaan [Figuur 4.28].

4.3 Do-Create

De samenwerking van Kesselskramer met Droog Design was eigenlijk een logisch vervolg op eerdere ontwerpen van het Droog label. Ook bij de 'Chest of drawers' van Tejo Remy⁶⁷ was de inbreng van de gebruiker gewenst om de kast een persoonlijke invulling te geven en Djoke de Jong maakte in 1993 al verschillende ontwerpen waar de gebruiker werd uitgenodigd om aan de slag te gaan (Teunissen & van Zijl 2000: pp.72-73). Haar 'Drawing table' was een simpel tafelontwerp dat van top tot teen bedekt was met schoolbordverf, zodat de gebruiker hem zelf kon versieren. Ook drukte ze een naaipatroon af op gordijnstof, waarbij het lijnenspel tegelijk diende als decoratie en de bezitter moest inspireren tot hergebruik (Ramakers et al. 2006: p.33) [Figuur 4.29].

Het do create concept werd daarna door Kesselskramer nog verder uitgewerkt in verschillende samenwerkingsverbanden en workshops. Resultaten daarvan werden gepubliceerd in het boek *One hundred and one things to do* (Kessels & Whisnand 2006), met daarin onder andere 'do screw' van het Franse ontwerpcollectief 5.5 Designers [Figuur 4.30; 4.31].

Het opvallende aan het hele project is dat de participatie van de gebruiker in alle gevallen gericht is op de versterking van de emotionele band tussen gebruiker en product. In geen van de ontwerpen wordt de input van de consument aangewend om de functionaliteit in de zin van bruikbaarheid te verbeteren. In een aantal gevallen is die bruikbaarheid zelfs aantoonbaar lager, zoals in de 'Short leg' stoel van Jurgen Bey die vergezeld ging van de instructie: 'use books or magazines to prop up the leg and suddenly you have a mini library and chair combination.' (van der Zanden & Ramakers 2000: p.21). Het maakt de stoel-bibliotheek combinatie uniek en persoonlijk, maar de stoel en de boeken zijn niet meer tegelijkertijd te gebruiken. Ook is het bijna onmogelijk om uit de

⁶⁷) Zie Figuur 4.2 en 4.3, hoofdstuk 4.1, hieraan voorafgaande.

metalen kubus van Marijn van der Poll een comfortabel zittende stoel te hameren. Aan de voor de hand liggende mogelijkheid om via de eigen inbreng van de consument de bruikbaarheid van de stoel te verhogen, door hem goed aan te laten sluiten bij het eigen lichaam of de gewenste zithouding, wordt voorbijgegaan.

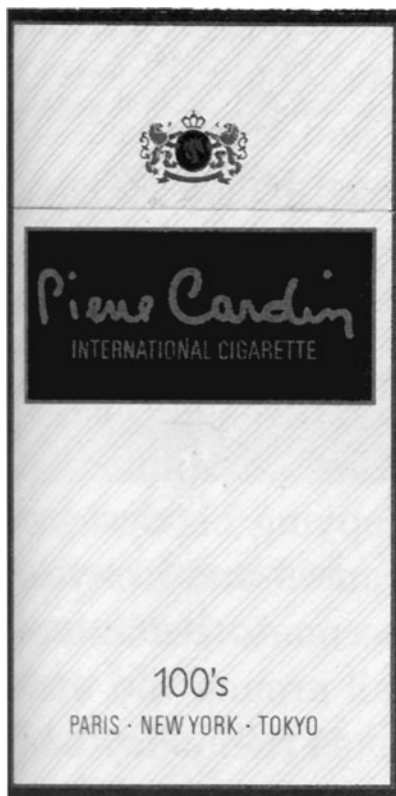
De gebruikersparticipatie werd dus geheel gericht op het verhogen van de *significance*, ofwel 'betekenis' van de objecten. Zo werd bij de 'do break' de gebruiker opgeroepen, de persoonlijke band nog verder te versterken door de vaas op een *speciaal moment* stuk te gooien: 'The 'do break' vase will become even more your own, if you throw it after a particularly heated argument, or after you've had an especially bad day. Destruction has never been so satisfying.' (van der Zanden & Ramakers 2000: p.18). Conceptueel ontwerp dus, waarbij het idee dat de gebruiker zich vormt, belangrijker is dan het daadwerkelijke gebruik.

4.4 Auteur-gestuurd

4.4 Auteur-gestuurd ontwerpen en vraag-gestuurd ontwerpen

Het conceptueel design en het daarmee gerelateerde ‘vormgeven van een idee’ kreeg in de jaren negentig steeds meer internationale belangstelling. Verschillende van de Droog ontwerpen zijn nu wereldberoemd en om die reden opgenomen in toonaangevende museumcollecties (Antonelli et al. 2003: p.276; Betsky & Eeuwens 2004: pp.172-174), of zoals critici zeggen: voorál in museumcollecties (Simon Thomas 2008: p.220). Als opvolgers van de grote Italiaanse postmodernisten zoals Ettore Sottsass en Alessandro Mendini, werden de Nederlandse ontwerpers echter ontegenzeggelijk onderdeel van een nieuwe generatie van persoonlijk succesvolle ontwerpers. Het succes van de ‘Dutch Design’ beweging als geheel was in eerste instantie gebaseerd op de wereldwijde doorbraak van enkele Nederlandse ontwerpers zoals de hiervoor genoemde Richard Hutten, Marcel Wanders en Jurgen Bey. Maar ook ontwerpers als Hella Jongerius en Maarten Baas werden meegezogen in het kielzog van Droog Design.

De ontwerppraktijk van deze ontwerpers wordt vaak aangeduid als ‘auteur-gestuurd’ ontwerpen, waarbij de ontwerper zélf het belangrijkste element is in de totstandkoming én de beoordeling cq. waardering van het ontwerp. Er is zelfs een soort omkeringsprincipe aanwezig in dit persoonlijke succes; eerst wordt de ontwerper bekend door zijn of haar speciale ontwerpen en later worden de ontwerpen ‘speciaal’ door faam van de ontwerper, of zoals een Nederlandse ontwerprecensent het mooi verwoordde: ‘Een ontwerp van Philippe Starck dat niet als zodanig te herkennen is, heeft geen zin. Dat verkoopt niet.’ (Weyel 2007: p.66). Die herkenbaarheid hoeft daarbij overigens helemaal niet in de vormgeving van het object te zitten, maar kan zich zelfs beperken tot enkel



[4.32] Pierre Cardin – ‘International Cigarette’ – 1982, Cardin leende zijn naam aan talloze producten, met veel succes: ‘When the modestly Swiss tobacco company F.J.Burrus made a bid for export sales in 1982, it opted for a licensing deal with Cardin, rather than spending the huge sums needed to create a new world brand. [...] During 1987 the company sold ten million packs of ‘Cardin’ cigarettes, producing the man himself an income of \$225,000 a year.’ (Sudjic 1989: p.61).

4.4 Auteur-gestuurd

de naamgeving van de beroemde ontwerper of ontwerpster. In de jaren tachtig leende de in de jaren zeventig beroemd geworden mode-ontwerper Pierre Cardin zijn naam al aan allerlei producten die niets met zijn eigen creaties te maken hadden: ‘Other Cardin products range from clocks to deodorants. Even Cardin has lost track of exactly how many there are. [...] ‘Even we don’t know all the products we license,’ Eduard Saint Bris, Cardin’s director of licensing, was once incautious enough to admit to *The New York Times*.’ (Sudjic 1989: p.61) [Figuur 4.32].

Putnam en Poynor schreven eerder ook al naar aanleiding van de Juicy Salif⁶⁸ citruspers van Starck: ‘what one is buying, of course, is ... a little piece of Philippe Starck’ (gecit.in: Lloyd & Snelders 2001). Alessandro Mendini heeft het concept ooit eens tot het uiterste doorgevoerd door op de Beurs van Milaan een heel klein standje te bemannen waarin hij door hem gesigeneerde imitatie Louis-Vuitton tassen, die hij even tevoren bij de straatverkopers op het plein voor het beursgebouw had ingeslagen, met aanzienlijk prijsverschil verkocht.

De industrieel georiënteerde ontwerppraktijk bij veel bedrijven en ontwerp bureaus kan echter gekarakteriseerd worden als vraag-gestuurd ontwerp, waarbij de ontwerpinspanning wordt aangewend om het probleem van een klant of gebruiker op te lossen. Deze twee benaderingen van ontwerpen zijn, zoals Verbrugge heeft aangetoond, fundamenteel verschillend (Verbrugge 2008). Een ontwerp bureau dat bijvoorbeeld voor Philips het Senseo koffiezetapparaat ontwerpt, probeert betrouwbare techniek, een aangename vorm, een goedkope manier van produceren en een eenvoudig gebruik te ontwikkelen. Dit alles in dienst van Philips en de eindgebruiker om gemakkelijk een lekker kopje koffie te kunnen maken. Richard Hutten kijkt daarentegen hoe hij vanuit de beperking van een aantal ingrediënten of een productietechniek een interessant product kan maken en ziet dan later wel hoe de gebruiker ermee omgaat.

Omdat de industrieel georiënteerde ontwerppraktijk wordt gedreven door de vraag van de klant wordt zij gekenmerkt door deadlines en budgets. Om hieraan te kunnen voldoen wordt het werk gestructureerd met methodes en processen en om risico te vermijden worden beslissingen gestuurd door marketing, gebruiksonderzoek, merkidentiteit,

⁶⁸) Zie hoofdstuk 3.1, hieraan voorafgaande.



[4.33] Richard Hutten – 'Table Sofa' voor Sawaya and Moroni – 1999.

4.4 Auteur-gestuurd

briefings, reviews en programma's van eisen. Bij het auteur-gestuurd ontwerp moet men in de praktijk vooral vertrouwen op het talent en de faam van de ontwerper. Zoals Andreas Brandolini een tip geeft aan collega ontwerpers: 'Eine Arbeit so lange liegen lassen, bis eine elegante Lösung sich von selbst anbietet.'⁶⁹ (Borngraeber & van der Geer 1986: p.8), of zoals Philippe Starck het formuleert: 'When I design, I am both very slow and very fast. Ideas can take up to 30 years to mature, but when I came to draw them they never take more than three minutes to complete. After that it becomes boring.' (Sweet 1999: p.22).

⁶⁹) Er begint overigens wetenschappelijk bewijs te komen dat deze methode wel degelijk werkt; de verdeling van hersenprocessen in een bewust- en een (veel groter) onbewust deel duidt erop dat het brein onderbewust verder kan werken aan de oplossing van complexe problemen (Dijksterhuis 2007: pp.114-118). Het is evenwel niet zo'n praktische tip als er een deadline gehaald moet worden.

Zelfs als de ontwerper uit de auteur-gestuurde ontwerppraktijk in opdracht werkt, komt de persoonlijkheid van de ontwerper op de eerste plaats. Richard Hutten (2008) bijvoorbeeld, vertelde op een bijeenkomst van het Nederlandse Koninklijk Instituut van Ingenieurs (KIVI-Niria, Ronde 60) dat hij zelf niet op zoek gaat naar klanten, maar dat de opdrachtgevers naar hem toe komen. Toen hem gevraagd werd wat de klant eigenlijk vroeg toen hij de 'Table Sofa' voor Sawaya and Moroni ontwierp zei hij letterlijk: 'Ze vroegen om een Richard Hutten' [Figuur 4.33].

Een overzichtelijke karakterisering van beide versies van de ontwerp-praktijk werd geformuleerd door Jeroen Verbrugge (2008) op een bijeenkomst van hetzelfde Koninklijk Instituut van Ingenieurs [Tabel 4.1].

Vraag-gestuurd	Auteur-gestuurd
Stijl van de opdrachtgever	Stijl van de maker
Maakt eigen	Maakt speciaal
Gestuurd door marketing en communicatie	Individuele en intuïtieve beslissingen
Gestructureerd door processen en methodes	Afhankelijk van creatieve invallen
'Onzichtbaar' design	Mode gevoelig en 'showy'

[Tabel 4.1] Eigenschappen van Vraag-gestuurd en Auteur-gestuurd ontwerpen volgens Verbrugge (2008).

Nog een ander verschil tussen de twee categorieën is de culturele en economische betekenis. De firma Philips -vraaggestuurd ontwerpen- fabriceert bijvoorbeeld twaalf miljoen anonieme scheerapparaten per jaar tegen heel lage kosten. Op hetzelfde moment wordt de bekende 'Chest of Drawers' van Tejo Remy door Droog Design beschouwd als een groot

succes met de verkoop van iets meer dan 100 exemplaren in vijftien jaar tijd, maar dan wel voor het duizelingwekkende bedrag van 16.600 Euro per stapeltje lades (Elzinga 2007). Op die manier is de toegevoegde waarde van design niet altijd hetzelfde. In het geval van Philips is de toegevoegde waarde vooral kwantitatief: mede door een goed ontwerp worden er heel veel exemplaren van een product verkocht. In het geval van het auteur-gestuurde ontwerpen is de toegevoegde waarde eerder kwalitatief: er worden er slechts weinig van gemaakt en verkocht, maar de prijs is relatief hoog. Niettemin spreken verschillende ontwerpers over een gebrek aan financieel profijt van hun activiteiten voor Droog Design in de jaren negentig (Zijl 1997: pp.8-12) en ook Simon Thomas schrijft in haar overzicht van honderd jaar ontwerpen in Nederland dat substantiële commerciële resultaten uitblijven (Simon Thomas 2008: p.220).

Er is dan ook weinig veranderd ten opzichte van de jaren tachtig, toen we hetzelfde zagen bij het elitaire karakter van de Memphis beweging⁷⁰ en Gwendolyn Ristant schrijft over het Neue Design: ‘The focus on New Design belies the fact that, viewed quantitatively, this represents but a tiny segment of the broad range of design available, and its commercial importance is negligible compared with “classical” industrial design.’ (Erlhoff et al. 1990: p.209).

Een laatste tegenstelling in de twee benaderingen is de omgang met technologie. Het vraaggestuurd ontwerpen is meestal gericht op het toepassen van de nieuwste technologische ontwikkelingen om producten beter, sneller, kleiner of goedkoper te maken. De auteurgestuurde ontwerpraktijk leunt echter sterk op de kennis en kunde van de ontwerpers zelf. Mede doordat de opleiding van deze ontwerpers vaak sterk leunt op ambachtelijke vaardigheden is de daaruit voortvloeiende praktijk vaak anti-technologisch van aard (Drukker & van Velzen 2010: pp.8-9).

De meest opmerkelijke resultaten worden derhalve behaald als de best-practices van beide werelden worden gecombineerd (Eggink 2009). Marcel Wanders bijvoorbeeld heeft zijn ‘Knotted Chair’ ontworpen toen hij op uitnodiging van Droog Design aan het experimenteren was bij de faculteit Lucht- en Ruimtevaart van de Technische Universi-

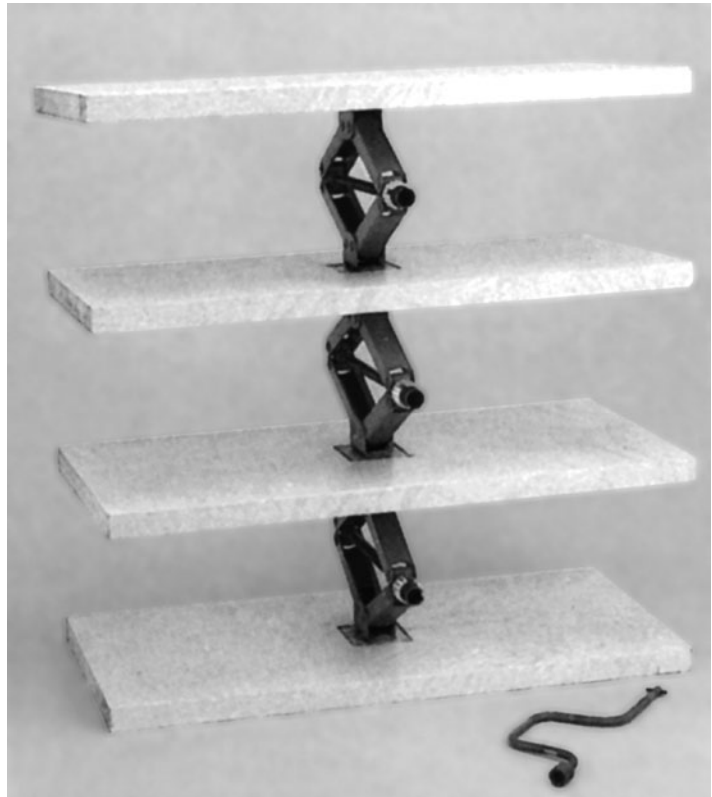
⁷⁰) Zie hoofdstuk 2.1, hieraan voorafgaande.

teit Delft (Teunissen & van Zijl 2000: p.168). Wanders werkt in 2008 ook samen met ontwerp bureau FLEX/theINNOVATIONLAB® om meer kennis over industriële productie en -realisatie in zijn ontwerpprojecten te werken (Verbrugge 2008).

Aan de andere kant kan de vraaggestuurde ontwerppraktijk gestimuleerd worden om creativiteit en vrijheid van expressie te maximaliseren binnen (of net buiten) de grenzen van de briefing van de opdrachtgever. Als de 'Knotted Chair' ontworpen zou zijn vanaf een conventioneel 'Programma van Eisen', dan zou de eerste eis geweest zijn 'dat de stoel goed moet zitten'. Hetzelfde is bijvoorbeeld het geval bij de 'Bottoms-up'⁷¹ deurbel van Peter van der Jagt. Als de bel volgens het programma van eisen 'eenvoudig schoon te maken' had moeten zijn, hadden we nooit die inspirerende aha-erlebnis (ding-dong) gekend, die het object nu oproept.

4.4 Auten

⁷¹) Zie Figuur 4.7, hoofdstuk 4.1, hieraan voorafgaande.



[4.34] Pentagon (Wolfgang Laubersheimer) – ‘Wagenheberregal’ – 1986, een ‘traploos verstelbare kast’.

4.5 Conclusie

4.5 Conclusie: het conceptueel ontwerpen heeft toekomst

Het conceptueel design is te beschouwen als een doorontwikkeling van het postmodernisme uit de jaren tachtig. Kon het postmodernisme nog weggezet worden als een stroming waarin de betekenis van objecten puur in de vormgeving tot uitdrukking werd gebracht, in het ideeën-design uit de jaren negentig wordt er een koppeling gemaakt van de betekenis van de vorm van het object naar het functioneren van het product zelf. De wijnglazen van de deurbel van Peter van der Jagt, zijn immers zowel betekenisgevend als een functioneel element, hetgeen trouwens ook al eerder aanwezig was in de verhalende ontwerpen van het Neue Design⁷². In de ‘Wagenheberregal’ van Wolfgang Leubersheimer wordt de ondersteuning van de planken bijvoorbeeld zeer figuratief verzorgd door autokriks. De metafoor van de ondersteunende functie van kriks wordt nog sterker doordat de kast hierdoor verstelbaar wordt [Figuur 4.33].

Dat ook Arnout Visser vorm en functie liet samenvallen zagen we al in de Archimedes brievenweger. Later maakte hij voor Droog Design ook nog een ontwerp van borden die met behulp van geleidende verf opgewarmd konden worden in de magnetron. De in een herkenbaar patroon aangebrachte verf is daarbij tegelijkertijd functioneel, decoratief én informatief [Figuur 4.35].

Analoog aan de ontwikkeling van het vraag-gestuurde, functionalistische ontwerp ontstaat er vanuit het auteur-gestuurd ontwerp dus iets wat we ‘augmented postmodernism’ kunnen noemen. Postmodernisme-*plus*, waarbij de betekenisgevende vormgevingskarakteristieken ook een functionele betekenis hebben. Met andere woorden: de *bruikbaar-*

⁷²) Zie hoofdstuk 2.3, hieraan voorafgaande.



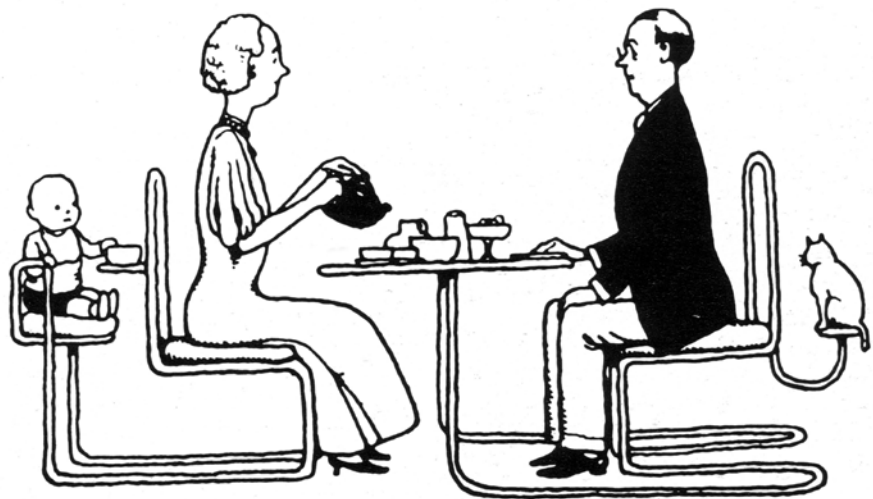
[4.35] Arnout Visser – 'Microwave Plate' – 1997.

heid en de *betekenis* van objecten worden op deze manier effectief met elkaar verweven.

Met deze combinatie van functionele en betekenisgevende elementen is het in dit hoofdstuk beschreven conceptueel ontwerp uiteindelijk een volwaardiger alternatief voor het functionalistische 'Form-Follows-Function' dan het postmoderne 'anything goes'. In het augmented postmodernism is er niet langer sprake van de tegenstelling tussen functionaliteit *of* betekenis, maar functionaliteit *en* betekenis. Nu is het alleen nog de vraag of -en zo ja hoe- deze benadering uit de sfeer van het auteur-gestuurd ontwerp over te brengen is op het vraag-gestuurd ontwerp, om aldus de betekenisgeving meer ruimte te geven in de industriële ontwerppraktijk. Dat wil zeggen; niet alleen in het beperkte arsenaal van meubels, sieraden en servies, maar ook bij het ontwerpen van MRI-scanners, vliegtuiginterieurs en bekerdruk-machines, om een paar willekeurige voorbeelden te noemen.

Maar voor ik hier aan toekom is het tijd voor een intermezzo, om aan te tonen dat de postmodernisten en conceptueel ontwerpers in hun kritiek op het functionalisme precies dezelfde principes toepasten als een groep kunstenaars die ten tijde van het vroege functionalisme al met een radicaal ander ontwerpparadigma op de proppen was gekomen.

4.5 Conclusie



[5.1] Cartoon – 1936, in die tijd is het functionalistisch/modernistisch ontwerp al doorgedrongen tot de populaire cultuur, net zoals het post-modernisme in de jaren negentig. Hier figureert het in een spotprent uit een boekje met de titel 'How to live in a flat' (Huygen 1989: p.117).

5 Surrealisme

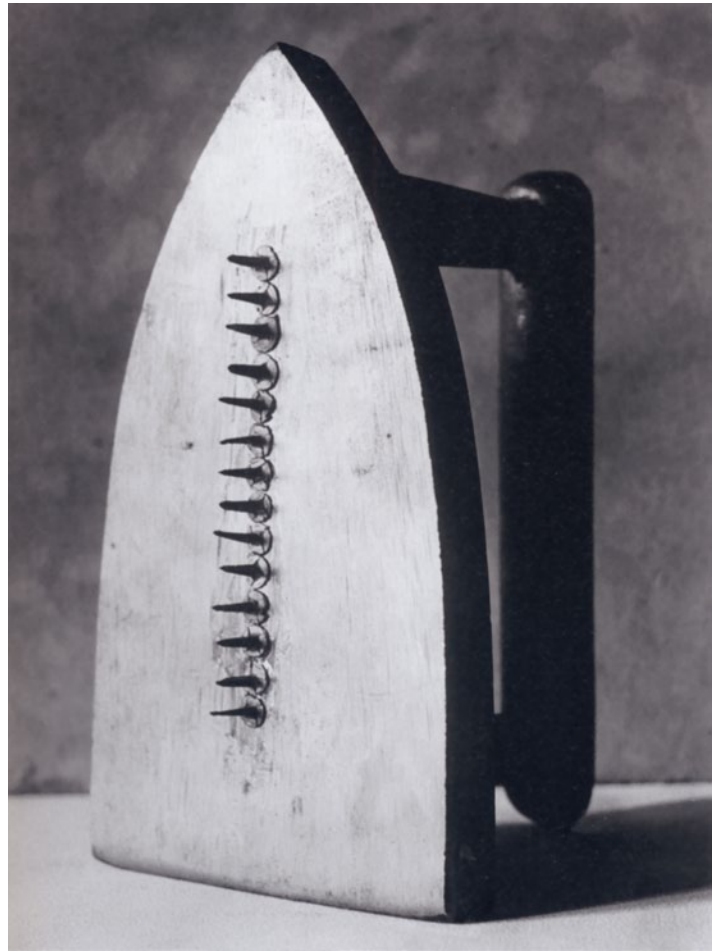
5 Modernisme, functionalisme en surrealisme

Het functionalisme, waar verschillende generaties tegendraadse ontwerpers zich zo tegen hadden afgezet, was geworteld in de opkomst van het modernisme aan het begin van de twintigste eeuw. Het in 1919 opgerichte *Bauhaus* en de Nederlandse *De Stijl* beweging speelden hierin een belangrijke rol (Hahn et al. 1988; Droste 1990; Antonelli et al. 2003). Het Bauhaus werd opgericht door Walter Gropius in Weimar, verhuisde in 1925 naar Dessau en stond later onder leiding van architect Ludwig Mies van der Rohe, vanaf 1930 in Dessau en vanaf 1932 in Berlijn tot aan de gedwongen sluiting door de Nazi's in 1933 (Herzogenrath et al. 1980: pp.26-27). Juist door het oprukkende nationaal socialisme werd het gedachtegoed van de modernisten over de wereld verspreid omdat veel van de aan het Bauhaus actieve kunstenaars, ontwerpers en architecten Duitsland ontvluchtten en, zoals Peter Hahn het formuleert: 'All in all, this little art school, which only functioned for fourteen years and had to change its location several times before finally being forced to close under political pressure, was astonishingly influential.' (Droste et al. 1999: p.7) [Figuur 5.1].

De opkomst van het modernisme werd echter geflankeerd door een stroming die niets moest hebben van de gereserveerde vormtaal die gepaard ging met de nieuwe ideologie⁷³: het surrealisme. Zijn aanhangers verzetten zich toen al tegen de oprukkende mechanisatie van de omgeving en het bijbehorende simplificerende systeemdenken van de modernisten. De anti-technologische houding van de surrealisten komt later terug bij zowel het postmodernisme uit de jaren tachtig, als het conceptueel ontwerp uit de jaren negentig. De vormgevingsprincipes van het surrealisme vertonen daarbij opvallende gelijkenis met die van het latere tegendraads ontwerp.

⁷³) Zie paragraaf 1.4.1 en 1.4.4, [Tabel 1.1], hieraan voorafgaande.

[5.2] Man Ray – ‘Cadeau’ – 1921, de transformatie van het oorspronkelijke object lijkt een opmaat voor het wijnglas-als-kandelaar ontwerp van Marcel Wanders uit hoofdstuk 1.5⁷⁵. Ook hier is de betekenis van het object alleen interessant als je weet dat het getoonde voorwerp oorspronkelijk een strijkijzer was. Door deze associatie wordt de absurditeit van de spijkertjes duidelijk. Zonder koppeling aan die oorspronkelijke functie blijft er, net als bij de kandelaar, geen betekenis over.



[5.3] Meret Oppenheim – ‘Ontbijt in bont’ – 1936: ‘Objet, zoals het aanvankelijk heette, werd gecreëerd voor de *Exposition surréaliste d’objets*⁷⁶, die werd gehouden in de galerie Charles Rattou in mei 1936, waar het meteen het archetypische werd van het surrealistische object. Door Breton werd het herdoopt tot *Le déjeuner en fourrure* (*Ontbijt in bont*), wat herinnerde aan de schandalige connotaties van vrouwelijke seksualiteit verbonden met Édouard Manet’s *Le Déjeuner sur l’Herbe* (1863) en het seksuele fetisjisme dat werd geïmpliceerd door de woordspeling op de titel van Leopold Ritter von Sacher-Masoch’s *Venus im Pelz* (*La Vénus à la fourrure*) uit 1870.’ (Wood & te Duits 2007: p.24).

5.1 Surrealistisch

5.1 Surrealistisch ontwerpen

Tegelijk met de opkomst van het modernisme en functionalisme ontstond er een stroming die, door zijn anti-technologische oriëntatie, lijnrecht inging tegen het abstraherende gedachtengoed van de volgelingen van het Bauhaus: het surrealisme. De voornamelijk als kunstenaars beschouwde surrealisten maakten naast schilderijen en sculpturen evenwel ook gebruiksvoorwerpen, zoals meubels en sieraden die een voor die tijd nieuw perspectief op de vormgeving van objecten laten zien. Net als Alchymia in 1985⁷⁴, kende deze groep een leidend manifest, in dit geval geschreven door de dichter André Breton. Hij stelde daarin de droomwereld als een superieure inspiratiebron boven de (rationele) werkelijkheid: 'SURREALISME is gebaseerd op het geloof in de superieure realiteit van bepaalde vormen van hiervoor veronachtzaamde associaties, in de almacht van de droom, in de desinteresse van het spel van de gedachten. Het zal op termijn, voor eens en altijd alle andere geestelijke mechanismen verwoesten en zich ervoor in de plaats aanbieden, om zo alle problemen van het leven op te lossen.' (Breton 1924; gecit.in: Wood & te Duits 2007: p.106).

Met dit 'spel van de gedachten' en de daarbij behorende 'veronachtzaamde associaties,' waren de surrealisten vooral meester in het aan een koppelen van verschillende inspiratiebronnen tot onverwachte, onaangename, onbruikbare en vaak ook ongemakkelijke objecten. Zo beplakte Man Ray in zijn 'Cadeau' een strijkijzer met stalen spijkertjes [Figuur 5.2].

Met de toevoeging van deze alledaagse voorwerpjes wordt de functie van het apparaat als strijkijzer binnenstebuiten gekeerd. In plaats van

⁷⁴) Zie hoofdstuk 1.4.4, hieraan voorafgaande.

⁷⁵) Zie Figuur 1.30, hieraan voorafgaande.

⁷⁶) Zie ook Figuur 5.12, hierna volgend.



[5.4] Salvador Dalí – ‘Aphrodisiac Telephone’, tentoongesteld in het Victoria and Albert Museum in London (van 29 maart tot 22 juli 2007) – 1936, Dalí liet de telefoons (er was ook een zwarte versie met rode kreeft) indertijd uitvoeren door decorateursbedrijf Green & Abbott uit Londen (Wood & te Duits 2007: pp.103-105).



[5.5] George Platt Lynes – Foto van Dalí en model, ‘gekleed’ in een kreeft – 1939.

[5.7] Meret Oppenheim – ‘Tisch mit Vogelfüßsen’, met een verguld blad en bronzen poten – 1939.



[5.6] Salvador Dalí en Edward James – ‘Armstoel’ in Frans walnoten hout en leer – 1936.



gladheid kan het alleen nog maar het tegenovergestelde bewerkstelligen en tegelijkertijd wordt een onbedoelde nevenfunctie als martelwerktuig benadrukt. Die laatste, onaangename associatie wordt nog eens tot in het absurde doorgevoerd door het 'cadeau' te noemen. Geestverwante Meret Oppenheim beplakte een kop en schotel met bont, waardoor het kopje geen servies meer is, maar een 'object' wordt [Figuur 5.3].

5.1 Surrealistisch

Onbruikbaar, maar aaibaar en zinnenprikkelend als je denkt aan de kriebel aan je lippen wanneer je het onverhoopt toch aan je mond zou zetten (Wood & te Duits 2007: pp.22-25). Ook hier is de herkenbaarheid van het oorspronkelijke product de basis voor de culturele betekenis. Mildred Constantine en Arthur Drexler benadrukten dit al in de tentoonstellingscatalogus van 'the Object Transformed' in het New Yorkse Museum of Modern Art in 1966: 'Meret Oppenheim's cup, plate, and spoon covered with fur, and Man Ray's tack-studded iron, force on us physical associations of singular incompatibility. The effectiveness of these objects depends [...] on our recognizing the originals within the transformation' (Constantine & Drexler 1966: p.7).

Behalve Oppenheim en Man Ray was ook Salvador Dalí een meester in het maken van vreemde combinaties die, net als bij het kopje van Meret Oppenheim, vaak vergezeld gingen van sexuele connotaties. Zijn telefoon met hoorn in de vorm van een kreeft is een van de bekendste objecten [Figuur 5.4]. Mocht er nog twijfel bestaan over de betekenis van de kreeft dan brengt de titel van het werk - Lustopwekkende Telefoonuitkomst. Ghislaine Wood: 'Dalí had ook ideeën voor andere telefoons, zoals een *Aphrodisiac Telephone* die gemonteerd werd op de rug van een levende schildpad. [...] Een laatste bizar voorstel was een met sabelbont beklede telefoon voor in de boudoirs van sirenen, waarbij hermelijn op de draaischijf werd aangebracht om de nagels te beschermen.' (Wood & te Duits 2007: p.105).

Naast het gebruik van bont en kreeften componeerden de surrealisten ook objecten met allerlei combinaties van lichaamsdelen. Dit antropomorfisme is goed zichtbaar in de 'stoel met armleuningen' van Dalí en Edward James, waar het 'tafeltje met vogelvoeten' van Oppenheim een 'ornithomorfe' variant is [Figuur 5.6 en 5.7]. Beide ontwerpen vormen in wezen een voorbode van de latere postmoderne poppetjes van Alessi



[5.8] Salvador Dalí en Edward James – 'Mae West lippen sofa' – 1939, afgeleid van een eerder schilderij⁷⁸ van Dalí.

[5.9] Salvador Dalí – 'Lippen Broche', 18 karaats goud, bezet met parels en robijnen – 1949.



[5.10] Leonor Fini – 'Corset Chair' – 1939, werd gepresenteerd op een door de schilderes Fini zelf georganiseerde tentoonstelling van decoratieve kunst in de hippe Parijse Galerie Drouin, samen met werk van onder andere Salvador Dalí en Meret Oppenheim (Wood & te Duits 2007: p.16).

[5.11] Isamu Noguchi – 'Radio Nurse Speaker' – 1937, de beeldhouwer Noguchi maakte met deze bakelieten intercom luidspreker voor de Zenith Radio Corporation (Rychlak 2010) een van de weinige ontwerpen waarbij de antropomorfische stijl van de surrealisten in een modern technologisch product werd verwerkt.



5.1 Surrealistisch

en consorten⁷⁷. Ook voor de surrealisten, net als bij de tegendraads ontwerpers uit de jaren tachtig en negentig, was dit een voor de hand liggende manier om zich af te zetten tegen de vormgevingsprincipes van de functionalisten.

Salvador Dalí ging nog een stap verder en transformeerde de lippen van Mae West in de bekende rode bank en later maakte hij volgens hetzelfde principe ook nog een kapitale broche [Figuur 5.8 en 5.9]. Dalí zag het hierbij als zijn verdienste een menselijk alternatief te bieden voor de, mede door de functionalisten en modernisten ingegeven, toenemende 'mechanisatie' van de samenleving: 'I am very proud because in 1928, at the height of the functionalist and practical anatomy, and in the midst of the most sardonic of scepticisms, I predicted the imminence of the round and salivant muscles of Mae West, to which secondary biological thoughts do attach themselves most terribly.' (Dalí 1934; gecit.in: Fanés et al. 2005: pp.20-22). In het werk van Dalí, maar ook in het werk van andere surrealisten vinden we dan ook veel nadrukkelijke verwijzingen naar het vrouwelijk lichaam. Vaak ook op een indirecte manier, zoals bij de korsetstoel van Leonor Fini, die gebruik maakt van de associatie met vrouwelijke kleding in plaats van het vrouwelijk lichaam zelf [Figuur 5.10]. Zelfs in een van de weinige ontwerpen waarbij het antropomorfisme van de surrealisten in een technologisch massaproduct werd verwerkt is het vrouwelijke thema aanwezig [Figuur 5.11].

Aan de andere kant illustreert de luxe broche met parels en robijnen van Dalí ook het elitaire karakter van de meeste surrealistische objecten, die net als de meubels van Memphis slechts bereikbaar waren voor een beperkt publiek. Bovendien werden, net als bij de postmodernisten van Memphis, Alchymia en het Neue Design, de surrealistische objecten uitsluitend in exclusieve galeries aan de man gebracht [Figuur 5.12].

Het elitaire karakter werd daarnaast nog versterkt door de nauwe banden van de surrealisten met de eveneens exclusieve haute-couture (Wilcox 2001: p.9; Wood & te Duits 2007: pp.11-15) [Figuur 5.13; 5.14; 5.15].

Met name Elsa Schiapparelli wist daarbij een typisch surrealistisch vervreemdingseffect op te wekken (Baudot 2001: pp.64-65), hoewel ze

⁷⁷) Zie hoofdstuk 3.1, hieraan voorafgaande.

⁷⁸) Het schilderij 'Mae West's gezicht dat als een surrealistische kamer kan worden gebruikt' uit 1934-35, zie Figuur 6.43, hierna volgend.



[5.12] Galerie Ratton – Parijs – 1936, beeld van een expositie met surrealistische objecten, voluit: *Exhibition surréaliste d'objets mathématiques naturels trouvés et interprétés mobiles irrationels objets d'Amérique et d'Océanie*, rue de Marignan 14, Paris, May 22-31, 1936. Werner Spies benadrukt het belang van de expositie: 'The exhibition at Galerie Charles Ratton demonstrated the authority with which objects had begun to establish a place for themselves alongside paintings and drawings.' (Bhattacharya-Stettler et al. 2007: p.21).



[5.13] George Hoyningen-Huene – Foto van een model, poserend bij de welgevormde kast 'Armoire Anthropomorphe' van Leonor Fini in de Galerie Drouin in Parijs – 1939.

[5.15] George Platt Lynes – Foto 'Hellen Bennet with Umbrella and Mask' – 1938.



[5.14] Man Ray – Foto van een model in een avondjurk van couturier Madeleine Vionnet, liggend in de 'Brouette', een met satijn beklede kruitwagen van Surrealist Oscar Dominguez – 1937.



met haar associaties dichterbij huis bleef dan andere kunstenaars: zo verplaatste ze schoenen naar het hoofd en plakte ze vingernagels op een handschoen [Figuur 5.16; 5.17]. Dat laatste is dan weer verwant aan het bont-project van Meret Oppenheim, dat behalve het beroemde kop-en-schotel ook uit een armband en handschoenen bestond (Bhattacharya-Stettler et al. 2007: pp.152-153) [Figuur 5.18].

5.1 Surrealistisch

Het vormgevingsprincipe dat de surrealisten bij al deze projecten hanterden is, in tegenstelling tot wat het dikwijls groteske en bizarre eindresultaat suggereert, niet erg ingewikkeld: men neemt een voorwerp en haalt het uit zijn vertrouwde context door het te koppelen aan iets heel anders, net zoals in de droom ook de vreemdste dingen bij elkaar komen.

De droomwereld was immers dé inspiratiebron voor de surrealisten en André Breton verklaarde zelf: 'I envisage nothing less than the objectification of the activity of dreaming, its transfer into reality.' (gecit.in: Bhattacharya-Stettler et al. 2007: p.21). Breton stimuleerde daarbij het maken van verrassende combinaties bewust door verschillende disciplines binnen de kunstenaarsgroep te laten samenwerken: 'Breton had a preference for interpersonal activities in which both writers and artists could participate. These included protocols of dreams, spiritistic sessions, "automatic writing," and practices like *cadavre exquis*⁷⁹. Thanks to such activities [...], borderlines between established genres and techniques were transcended.' (Bhattacharya-Stettler et al. 2007: pp.21-22). Door de verrassende combinaties ontstaat uiteindelijk een proces van verplaatsing of transformatie. Doordat een voorwerp uit zijn omgeving gehaald wordt, krijgt het oorspronkelijke object een nieuwe betekenis en wordt daarmee *een ander object*.

⁷⁹) Een *cadavre exquis* is een gedicht waarbij de volgende dichtregel steeds door iemand anders wordt geschreven terwijl deze de voorgaande regels niet kent. Meestal wordt daarbij één woord doorgegeven om de regels op elkaar aan te laten sluiten. *Cadavre exquis* = 'voortreffelijk lijk'.

Dat het volgens dit vormgevingsprincipe vrij simpel was om een 'surrealistisch object' te maken, was ook voorman Breton niet ontgaan en bedacht voor imitatie stelde hij: 'Wij zouden graag een strikte scheidslijn trekken tussen wat in essentie surrealistisch is en wat probeert daarvoor door te gaan om publicitaire redenen of wat dan ook. Idealiter zou ieder authentiek surrealistisch object onmiddellijk herkenbaar moeten zijn door een of ander onderscheidend extern teken. Man Ray dacht aan een soort stempel of zegel... dat ergens in het gedicht, het boek, de tekening,



[5.16] Elsa Schiaparelli – ontwerpschetsen voor hoeden – 1937, dit idee ontstond in een samenwerking met Salvador Dalí (Baudot 2001: p.64).

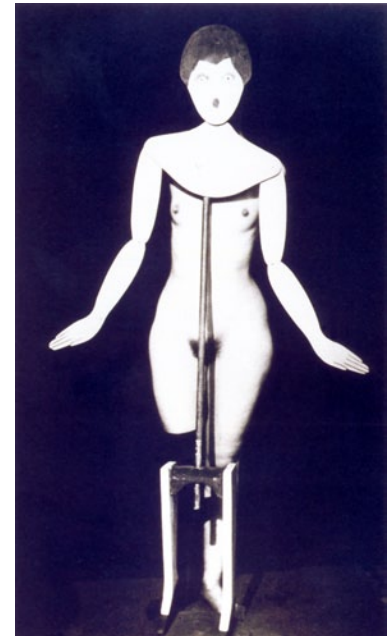


[5.17] Elsa Schiaparelli – Handschoenen met vingernagels – 1936-1937.



[5.18] Meret Oppenheim – Bonthandschoenen – 1936-1939.

[5.19] Man Ray – 'Coat Stand' – 1920/1975, 'Man Ray leverde tegelijk beelden voor surrealistische tijdschriften als *Minotaure* en voor Breton's publicaties zoals *l'Amour fou* (1937) en voor modebladen *Vogue* en *Harper's Bazaar*. [...] Zijn beelden van het gedeconstrueerde en verafgoodde vrouwenlichaam zouden enorm veel invloed hebben en zouden bijdragen tot de ontwikkeling van een stijl voor de modefoto die vaak zou worden nagestreefd.' (Wood & te Duits 2007: pp.11-12).



het doek, de sculptuur of de nieuwe constructie zou worden opgenomen... een niet te imiteren en onuitwisbaar merkteken, zoiets als: 'Dit is een surrealistisch object.' aldus André Breton in zijn 'Surrealistische situatie van het object', een lezing die hij in 1935 gaf in Praag (gecit.in: Wood and Duits 2007: p.10).

5.1 Surrealistisch

Het uitdelen van een soort stempel van 'goede surrealistische smaak' was natuurlijk geen heilzame weg. Breton ging er bij dit voorstel ten onrechte vanuit dat het maken van een object volgens dit 'recept' ook automatisch leidt tot een *goed* surrealistisch object. Het maken van een goed surrealistisch object is in de praktijk echter niet zo eenvoudig als het lijkt, want niet iedere vreemde combinatie van bronnen of verandering van context is per definitie *interessant*. Het is uiteindelijk het talent, de aandacht, de creativiteit, of misschien wel het doorzettingsvermogen van de individuele kunstenaar die de kwaliteit van het eindresultaat bepaalt. Hier hebben we eigenlijk te maken met hetzelfde fenomeen van 'welsprekendheid' (Kieft 1984: p.26) dat speelde bij de postmodernisten in hoofdstuk 2.4. Een goed surrealistisch object zet door een goed gekozen combinatie van bronnen aan het denken en voelt daarbij vaak in eerste instantie wat ongemakkelijk aan [Figuur 5.19].

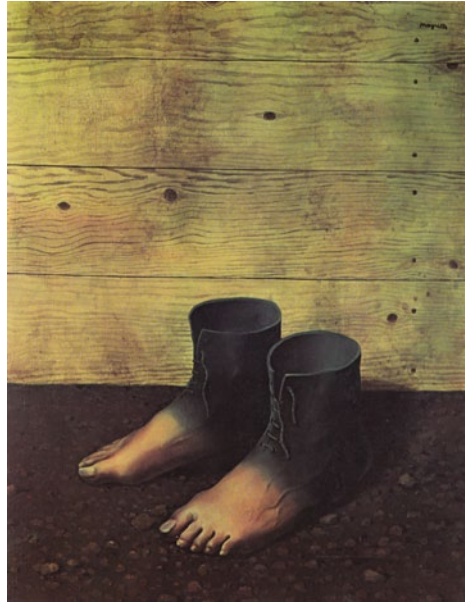
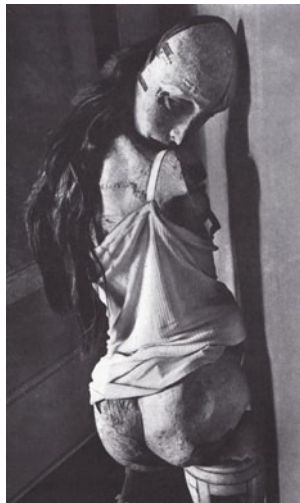
De kwaliteit van de transformatie bepaalt de kwaliteit van het object. Die kwaliteit ligt tenslotte weer in de nieuwe betekenis die gekoppeld wordt aan het getransformeerde object. Ghislaine Wood illustreert dit aan de hand van een object van Robert Gober uit 1992: 'wie goed kijkt ziet dat op de binnenzool de afdruk van het kindervoetje in zwart mannenhaar prijkt. Dit maagdelijke witte schoentje van was, eveneens schatplichtig aan Magritte, heeft een even grote explosieve lading als de expliciet sexueel geladen foto's van poppen van Bellmer uit de jaren dertig. Het maakt in een oogopslag duidelijk dat de erfenis van het surrealisme nog steeds niet alleen in het onverwachte maar juist ook in het onacceptabele ligt.' (Wood & te Duits 2007: p.203) [Figuur 5.20; 5.21; 5.22].

De betekenis wordt opgeroepen door de associaties die de toeschouwer wordt opgedrongen door de nieuwe combinatie van dingen. De kwaliteit zou je ook kunnen formuleren als de mate waarin het getransfor-



[5.20] Robert Gober – ‘Hairy Shoe’ – 1992.

[5.22] Hans Bellmer – ‘La Poupée’ – 1934, de pop heeft haar onschuld verloren door haar in een verleidelijke pose te fotograferen. Het effect wordt versterkt door de onvolkomenheid van het getoonde poppenlichaam.



[5.21] René Magritte – ‘Het Rode Model’ – 1935, olieverfschilderij op doek.

[5.23] Philippe Starck – ‘Teddy Bear Band’ – 1998, de teddybeer heeft zijn onschuld verloren door zijn fysieke onvolkomenheid. De armen, die overgaan in de lichamen van dieren die in de normale kinderwereld zijn vriendjes zouden zijn, doen denken aan genetische manipulatie.



meerde object met de associaties van de toeschouwer aan de haal gaat. Het 'zwarte mannenhaar' van Ghislaine Wood is immers pure projectie; het object roept de zwartste gedachtes in de critica naar boven.

Het betere surrealistische kunstwerk legt dus associaties klaar, die door de kijker zelf worden ingevuld. Die invulling gebeurt daarbij, zoals in hoofdstuk 1.5 beschreven is, aan de hand van het referentiekader van de toeschouwer. Zonder de maatschappelijke angst voor pedofilie was het schoentje van Goyer geen interessant kunstwerk, net zoals de kandelaar van Marcel Wanders niet interessant zou zijn zonder het beroemde wijnglas-ontwerp van Andries Copier uit 1930⁸⁰.

Uiteindelijk is het tegendraads ontwerp op deze manier in grote mate schatplichtig aan het surrealisme. Zelfs het 'onacceptabele' dat door de surrealistische objecten wordt opgeroepen zien we terug in het latere tegendraads ontwerp, bijvoorbeeld bij de door Philippe Starck ontworpen knuffel voor de Franse speelgoedfirma Moulin Roty: de intrigerende 'genetisch gemanipuleerde' knuffel is niet meer automatisch te accepteren als onschuldige kindervriend [Figuur 5.23].

5.1 Surrealistisch

⁸⁰) Zie hoofdstuk 1.5, Figuur 1.30, hieraan voorafgaande.

[5.24] Marcel Breuer – Nestbare tafeltjes – 1925-1927, de vormgevingsidealen van de functionaristen sloten goed aan bij de mogelijkheden van de industrie om efficiënt te produceren.



[5.25] Bathseba Grossman – ‘QuinMgx’ lamp – 2005, een ontwerp met een ongekende vormcomplexiteit, door de Belgische firma Materialise in kunststof vervaardigd met rapid-prototyping techniek. De nieuwste vervaardigings-technieken bieden maximale vormvrijheid.



5.2 Conclusie

5.2 Conclusie: het postmodernisme was geen nieuwe uitvinding

De vormlust, de associatiedrift en de door externe symboliek gedragen vormgeving van de surrealisten contrasteerde net zo heftig met de ascetische vormtaal van de functionaristen als het postmodernisme dat een halve eeuw later deed. De surrealisten hebben echter in tegenstelling tot de postmodernisten geen rol van betekenis gespeeld in het product-ontwerp.

De surrealisten speelden uiteindelijk een marginale rol in het product-ontwerp door hun elitaire en anti-technologische opstelling. Hierdoor vond hun rijke, figuratieve vormtaal geen aansluiting bij de mogelijkheden van de moderne industrie. Conceptueel ontwerper Marcel Wanders formuleert daarbij plastisch: 'Vóór die tijd hadden mensen meubels met mooie gedraaide poten, houtsnijwerk, engeltjes erop. Maar toen kwam er een industrie die een plank kon zagen en een buis kon buigen, en niet veel meer.' (gecit.in: Veen 2008: p.16) [Figuur 5.24].

Voor de opkomst van het functionalisme was decoratie, figuratie en een complexe vormtaal heel gewoon. De opvatting dat dit allemaal geen functie had en daarom moest worden afgeschaft, was daarbij eigenlijk een uitzondering in de geschiedenis van de vormgeving. Andrea Branzi schreef in 1984 al: 'The applied arts of the last century [*de 19e eeuw - WE*] were full of signs and quotations, of metaphors and ornament. But they disappeared at the beginning of this century, suffocated by the unitary hypothesis of the Bauhaus with its insistence on the oneness of arts and techniques, with architecture, as the most important and most general instrument of control, acting as a defender of a possible unity of purpose.' (Branzi 1984: p.147).



[5.26] Ted Noten – ‘Pig Bracelet’ – 2010: ‘Waarom kon het publiek zich vergapen? Aan de Pig-bracelet en ring van Ted Noten bijvoorbeeld, die verrassend van vorm én productieproces is: van de installatie van een scooterbinnenband, een op Marktplaats gevonden spaarvarken en een parelketting werden een driedimensionale scan en vervolgens sterk verkleinde kopieën gemaakt.’ (Mechelen 2009: p.28) [Figuur 5.27].



[5.27] Ted Noten – opstelling van bestaande objecten die ingescand en weer uitgeprint de vorm bepaalden van de ‘Pig Bracelet’ uit figuur 5.26.

5.2 Conclusie

Hier wordt het Bauhaus opgevoerd als een verstikkende kracht, die alle vormenrijkdom smoorde in haar functionalistische vooruitgangs-ideologie.

Tegenwoordig kunnen we door de computer echter zo'n beetje alles laten maken [Figuur 5.25]. De vraag is dan, wat we als ontwerper met die mogelijkheden *doen*. Een recent voorbeeld dat de mogelijkheden die de nieuwe productietechnieken bieden zichtbaar maakt is het project 'Haunted by 36 women' van de tegendraadse sieradenontwerper Ted Noten. Hierbij maakte de ontwerper gebruik van bestaande objecten door ze door te computer in te laten scannen en vervolgens in verschillende combinaties en op schaal weer uit te laten printen in kunststof (Baar et al. 2009: pp.44-45) [Figuur 5.26 en 5.27].

Op deze manier worden bestaande vormen als het ware gesampled, zoals in de muziek en het grafisch ontwerp al langer gebruikelijk is. Het resultaat kun je in een lange traditie plaatsen die loopt vanaf het readymade urinoir van Duchamp uit de jaren dertig, via de 'collages' van Axel Stumpf⁸¹ en de wijnglas-objecten van Peter van der Jagt en Marcel Wanders⁸² uit de jaren negentig.

Dit laatste illustreert nogmaals dat het surrealisme min of meer de basis heeft gelegd voor een vormgevingsprincipe dat tegenwoordig weer actueel is, en dat zich laat samenvatten als: door iets *bekends* in een *andere context* te plaatsen ontstaat iets *nieuws*. Nieuwe associaties leveren daarbij nieuwe betekenissen die worden opgeroepen doordat het referentiekader van de gebruiker op zijn kop wordt gezet. Dit principe is voor degene die het doorziet zeer eenvoudig, maar de kwaliteit van het met behulp van dit principe ge(re)produceerde object is uiteindelijk een zaak van het talent van de ontwerper.

⁸¹) Zie hoofdstuk 2.3 en figuur 2.33, hieraan voorafgaande.

⁸²) Zie hoofdstuk 1.5, figuur 1.30 en hoofdstuk 4.1, figuur 4.7, hieraan voorafgaande.

[6.1] George Nakashima – ‘Conoid’ bank – 1960s.



[6.2; 6.3] Andrea Branzi – ‘Animali Domestici’ – 1985.



[6.4] Jurgen Bey – ‘Tree Trunk Bench’ – 1999, eerlijkheidshalve moet gezegd worden dat de parkbank van Bey, in tegenstelling tot de banken van Nakashima en Branzi, is opgebouwd uit bronzen afgietsels van de originele houten vormen (Teunissen & van Zijl 2000: p.35).

6 De basisprincipes van het tegendraads ontwerp

Op welke manier kunnen we nu lering trekken uit een kleine eeuw tegendraads ontwerpen? We waren in deze studie niet alleen op zoek naar duidelijkheid over het begrip ‘betekenis’ in het ontwerpen, maar ook naar houvast voor de ontwerper om met de verkregen inzichten zelf aan de slag te gaan.

Een aanknopingspunt is dat we in de loop van ons verhaal gezien hebben dat veel ontwerpers op elkaar teruggrijpen en dat sommige producten zelfs heel sterk zijn ‘gebaseerd op’ eerdere creaties. Het meest in het oog springend zijn de ‘directe’ kopieën, zoals de banken die George Nakashima, Andrea Branzi en Jurgen Bey, ieder in een ander decennium, vervaardigden uit een combinatie van ruw hout en ‘gecultiveerd’ hout, respectievelijk van gecultiveerd hout afgeleid brons. [Figuur 6.1- 6.4]. In alle drie de gevallen ging het de ontwerpers om het contrast tussen het ruwe, grillig gevormde hout en het strakke, machinaal bewerkte hout. Daarmee creëerden zij respectievelijk een metafoor voor de ‘natuur’ ten opzichte van de ‘cultuur’ (Teunissen & van Zijl 2000: p.35; Sotheby’s 2008; Kester 2009: p.33).



[6.5] Alessandro Mendini – ‘Blazing Chair’ – 1975.



[6.6] Maarten Baas – ‘Smoke Chair / Gaudi Chair’ – 2004, na de oorspronkelijke Smoke Chair uit 2002 [Figuur 6.7] zette de ontwerper meer klassiekers in brand, waaronder de afgebeelde Calvet van Gaudi en een Zigzag stoel van Rietveld.

[6.7] Maarten Baas – ‘Smoke Chair’ – 2002, hier gefotografeerd met actrice Angelina Jolie.



Het is in dit verband niet zo interessant of de ontwerpers elkaar opzettelijk nadeden of niet. Soms lijkt het er namelijk sterk op dat ontwerpers elkaars idee verder uitwerken en als het ware een stap verder brengen. Een voorbeeld: in 1975 stak Alessandro Mendini een stoel in brand [Figuur 6.5]. In 2002 deed Maarten Baas hetzelfde, maar liet de stoel niet helemaal afbranden, zette hem in de lak en bekleedde hem opnieuw (Baas & den Herder 2009). De speciale materiaaluitstraling die zo ontstond leverde een nieuwe design-klassieker op en maakte de net afgestudeerde ontwerper in één klap beroemd [Figuur 6.6 en 6.7].

Nog duidelijker wordt het als we een en dezelfde ontwerpaanpak door de jaren heen aan elkaar koppelen. Op een hoger abstractieniveau bekeken kunnen objecten die op het oog minder sprekend op elkaar lijken dan de banken van Nakashima, Branzi en Bey, toch zeer aan elkaar verwant zijn. De kostuumontwerpen van respectievelijk Salvador Dalí, Alessandro Mendini en het ontwerpduo KEUPR/vanBENTM zijn alle totaal verschillend van vormgeving en lijken uitsluitend het ‘absurde’ met elkaar gemeen te hebben [Figuur 6.8 – 6.11].



[6.8] Maurice Henry of Salvador Dalí – ‘Mannequin Surréaliste’ – 1938, voor de *Exposition internationale du Surréalisme*, die opende in januari 1938 in de Galerie Beaux-Arts te Parijs, werden etalagepoppen uitgedeeld aan de deelnemende kunstenaars om naar eigen inzicht aan te kleden. Hier de pop van Dalí op een foto van Man Ray, volgens Baudot (2001: p.76). Pfeiffer schrijft dit exemplaar echter toe aan Maurice Henry (Pfeiffer 2011: p.65).



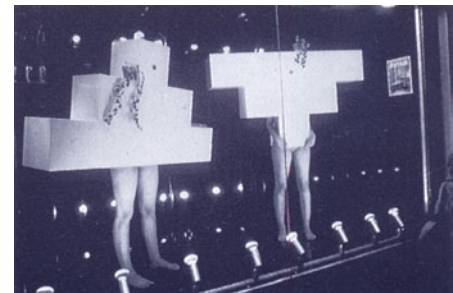
[6.9] KEUPR/vanBENTM (Michiel Keuper en Francisco van Benthem) – ‘Man’s outfit’ – 1999.



[6.10; 6.11] Alessandro Mendini – ‘Costume Interior’ of ‘Dress Furniture’ – 1982, onderdeel van een performance in de showroom van het licht controversiële modehuis Fiorucci in Milaan, onder de titel *Furniture as Clothing* (Sato 1988: p.78).

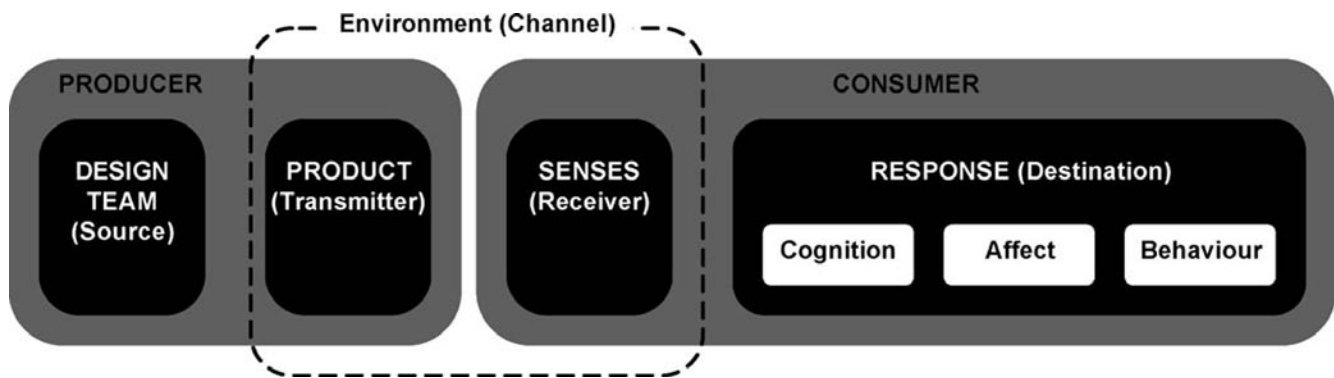


[6.12] Marcel Rochas – ‘Seagull’– 1934, de Parijse couturier Rochas ontwierp deze jurk special voor mode-tijdschrift Harper’s Bazaar in april 1934 (Baudot 2001: p.77).



Niettemin delen zij één en hetzelfde idee om dat absurde te materialiseren. In wezen wordt in de drie ontwerpen steeds hetzelfde uitgangspunt gehanteerd; kleding wordt bijzonder gemaakt door het te combineren met iets wat in eerste instantie totaal geen kleding is. Surrealist Dalí gaat uit van keukengerei (gecompleteerd met een wolk), Mendini gaat uit van meubels en Michiel Keuper en Francisco van Benthem vervreemden op dezelfde manier een kostuum door er een vliegtuig aan te hangen, inclusief landingsbaan. Dat laatste ontwerp is bovendien conceptueel compleet vergelijkbaar met de zeemeeuw-jurk van Marcel Rochas [Figuur 6.12].

Op deze manier blijkt tegendraads design wel degelijk onderhevig aan bepaalde regels: een bepaalde manier van werken als het ware. Als iets op een bepaalde manier gedaan wordt, is het als proces reproduceerbaar. En als het *als proces* reproduceerbaar is, komt het los van het idee van de tegendraadse ontwerper als autonoom kunstenaar, wiens creativiteit uniek en onnavolgbaar is. Dit betekent dus, dat iedereen in principe tegendraads kan ontwerpen als hij of zij het proces volgt, al zullen de resultaten niet altijd even interessant zijn: het cliché ligt immers op de loer. Denk hierbij aan de opmerking over ‘welsprekendheid’ van Ghislaine Kieft uit de conclusie van hoofdstuk twee over het postmodernisme: ‘Voor Sottsass en de zijnen is het probleem, naar het mij voorkomt, niet zozeer te spreken, maar daarbij ook eloquent te zijn, dat wil zeggen ons te voorzien van krachtige, welsprekende, kernachtige beelden; metaforen die ons overtuigen en die de ironie overstijgen.’ (Kieft 1984: p.26).



[6.14] Basic framework for design as a process of communication (Crilly et al. 2004: p.551).

6.1 Communicatie

6.1 Ontwerpen als een vorm van communicatie

In het eerste hoofdstuk van dit boek stelde ik vast dat we de geschiedenis van het tegendraads ontwerp kunnen beschouwen als een ideeëngeschiedenis, waarbij het voornaamste criterium de visie is, waar vanuit de ontwerper zijn of haar object ontwerpt. Hier werd het duidelijk dat de visie van de tegendraads ontwerper voornamelijk gericht is op de sturing van de betekenis van het object en niet op de functie *an sich*. ‘Ontwerpen als cultureel verschijnsel’ wordt hierbij dan ook gekenmerkt als een manier om ideeën over te brengen. Voor een helder zicht op de consequenties van de constatering uit de vorige paragraaf is het zinvol om ‘ontwerpen als activiteit’ te beschouwen als een vorm van communicatie, in modelvorm gepresenteerd door Crilly et al. (2004) volgens figuur 6.14.

In dit model fungeert het product als zender (‘transmitter’) van de boodschap van de ontwerpers (‘design team’) aan de ontvangende consument. De consument vangt de ‘boodschap’ op via de zintuigen en vertaalt die voor zichzelf naar een eigen betekenis (‘cognition’), een bijbehorende emotie (‘affect’) en een bepaald gedrag (‘behaviour’). In het introductiehoofdstuk hebben we geconstateerd dat veel onderzoek op het gebied van ontwerpen en emoties geen houvast geeft voor het daadwerkelijk ontwerpen van producten. Dit komt doordat het gepresenteerde onderzoek zich allemaal bezig houdt met het rechter deel van het model; de interpretatie en verwerking van de betekenis van een ontwerp door de gebruiker. Zo verklaart het model van Desmet hoe de consument zich een bepaald oordeel vormt van een product door de stimulus te interpreteren -cognition- en te vergelijken met de eigen waarden en normen, hetgeen resulteert in een bepaalde emotie; een

positief of negatief 'affect'.

De komende paragrafen gaan juist in op het linker deel van het model: wat kan de ontwerper doen om zijn product -de gewenste- betekenis te laten 'uitzenden'? Jurgen Bey bijvoorbeeld, combineerde in ons eerder aangehaalde voorbeeld van de 'Tree Trunk Bench' een boomstronk en een aantal klassieke stoelleuningingen tot een parkbank (transmitter) om iets te zeggen over de relatie tussen natuur en cultuur⁸³.

6.1 Communicatie

Aan de rechter kant van het model staat vervolgens de consument die met het object wordt geconfronteerd. Deze herkent vanuit het gemeenschappelijk referentiekader vervolgens de stoelleuningingen (cognition) en gaat zitten op de boomstronk (behaviour). De argeloze voorbijganger kan dit vervolgens, afhankelijk van de eigen eisen en wensen, leuk vinden of niet (affect). De voorbijganger kan bijvoorbeeld negatief oordelen als diegene constateert dat de bank niet lekker zit, of positief oordelen als men geroerd is door het spanningsveld tussen de ruwe boomstam en de verfijnde leuninkjes. In de rest van dit hoofdstuk zal dit oordeel verder geen rol spelen, maar zal het specifiek gaan over de methodiek van het ontwerpen. Verschillende design-critici vonden de parkbank van Bey -oordelend vanuit *hun* referentiekader⁸⁴- in ieder geval prachtig (Teunissen & van Zijl 2000: p.35; Betsky & Eeuwens 2004: p.129).

⁸³) Zie ook hoofdstuk 4.1, hieraan voorafgaande.

⁸⁴) Zie voor een discussie over dit verschil in interpretatie: *Beauty in the Eye of Expert and Nonexpert Beholders: A Study in the Appraisal of Art*. (Hekkert & van Wieringen 1996).



[6.15] Davide Mercatali en Paolo Pedrizzetti – ‘Evolutionary Electric Household Appliance’ broodrooster – 1982, een van de resultaten van het project ‘Natural Objects’ voor Alchymia.

[Tabel 6.1] Alessandro Mendini vroeg de deelnemers aan de workshop ‘Natural Objects’ rekening te houden met een hele lijst uitgangspunten, aanwijzingen en randvoorwaarden. Bovendien kregen ze nog de instructie mee: ‘to find new concepts, to incorporate “poetic features” and to consider how they might give their designs an industrial appearance.’ (Sato 1988: p.39).

thirty young architects and designers [...] were asked to fulfil the following conditions:

- | |
|---|
| to make the function seem ambiguous |
| to design the image of the object and not its function |
| to put together parts that do not match |
| to create a general feeling of calm |
| to change slightly the expected dimensions |
| to introduce an unexpected element |
| objects should not be grotesque |
| to create a feeling of science-fiction suspense |
| to avoid all Post-Modern features |
| objects should not be whimsical |
| to include industrial features in each object |
| to use soft colours (white, grey, silver, pink, light blue, etc.) |
| to incorporate soft parts whenever possible |
| not to overuse decorative additions (three-dimensional [...]) |
| to incorporate both shiny and matt parts |
| to avoid pointed corners |

6.2 Ontwerpgrepen

6.2 Tegendraadse ontwerpgrepen

Vanuit het in de introductie van dit hoofdstuk uiteengezette idee van de overeenkomsten in de dikwijls gelijkkluidende ideeën die aan verschillend vormgegeven objecten ten grondslag liggen, is het nu mogelijk een indeling te maken van de objecten uit de in deze historische studie behandelde ontwerpstromingen. Uitgangspunt is daarbij dus steeds de manier waarop de ontwerpers hun ideeën in de ontwerpen hebben gematerialiseerd. In het kader van de doelstelling van deze studie, namelijk het houvast geven voor het ontwerpproces, is er vervolgens gekozen voor een beperkt aantal groepen, die elk model staan voor een bepaalde aanpak.

We beginnen met de volstrekt willekeurige indeling van Alessandro Mendini zelf, waarbij de maestro een voorzet heeft gegeven voor een dergelijke lijst in een project voor Alchymia, dat 'Natural Objects' werd genoemd. Hierin werd een groep van 30 jonge architecten en ontwerpers gevraagd objecten te ontwerpen 'that would enable modern man to enjoy sophisticated home comforts.' (Sato 1988: p.30).

De deelnemers aan dit project uit 1982 werd gevraagd rekening te houden met een hele lijst van uitgangspunten [Tabel 6.1]. Behalve dat de lijst vrij lang is voor een handzaam overzicht van ontwerpregels en zichzelf een paar keer tegenspreekt⁸⁵, loopt het abstractieniveau van de verschillende uitgangspunten ook nogal uiteen. Zo heeft *to make the function seem ambiguous* betrekking op een heel object, terwijl *to avoid pointed corners* zich op detail-niveau bevindt. Het mag dan ook weinig verbazing wekken dat de ontwerpen die gebaseerd waren op Mendini's 'programma van eisen' een uitgesproken hybride karakter hadden [Figuur 6.15].

⁸⁵) Het lijkt me moeilijk om 'a general feeling of calm' te combineren met 'a feeling of science-fiction suspense', zeker als een object niet 'whimsical' (wispelturig of onberekenbaar) mag zijn. Het is duidelijk dat de lijst met uitgangspunten zelf ook een ironisch commentaar is op het functionalisme: door de inconsistentie wordt het fenomeen 'programma van eisen' op de hak genomen.



[6.16] Franco Raggi – 'Metamorfosi I&2' – 1988, niet-matchende combinatie van natuurlijke figuratie en abstracte geometrie.



[6.17] Hella Jongerius – 'Fragile Bottles' – 2000, niet-matchende combinatie van duurzame materialen en een tijdelijke verbinding met tape.

[6.18] Oscar Dominguez – 'Brouette' – 1937, niet-matchende combinatie van 'boers' object en luxe uitstraling.



Aan de andere kant zien we een uitgangspunt zoals *to put together parts that do not match* bij ontwerpen uit verschillende periodes van het tegendraads ontwerp terug. De ontwerpen van Franco Raggi, Oscar Dominguez en Hella Jongerius bijvoorbeeld worden alle gekarakteriseerd door een vervreemdende combinatie van elementen [Figuur 6.16 – 6.18]. Denk hierbij ook aan de verschillende ‘grillige boomstam en rechte plank’ combinaties zoals eerder aangehaald in de introductie van dit hoofdstuk.

6.2 Ontwerpgrepen

Het gaat er bij de interpretatie van deze voorschriften dus net als bij de te analyseren ontwerpen om wat het *idee* is achter de aanwijzing. Zo is het uitgangspunt *to incorporate soft parts whenever possible*, te veralgemeniseren wanneer we bedenken dat deze aanwijzing door Mendini waarschijnlijk bedacht is vanuit het idee dat de meeste huishoudelijke apparaten, want daar ging het project min of meer over, in die tijd juist altijd harde materialen gebruikten. Als we dit achterliggende idee op een hoger abstractieniveau brengen, kunnen we het vervolgens beschouwen als een oproep tot afwijkend materiaalgebruik *an sich*.

Door vergelijking van meer dan vijfhonderd ontwerpen uit de verschillende in deze studie behandelde periodes en stromingen kunnen we uiteindelijk een aantal groepen ontwerpen van productontwerpen die vanuit een vergelijkbare visie zijn ontworpen. Het ging in deze studie immers over het achterliggende idee en niet per sé over het uiterlijk van de ontwerpen. Na een aantal iteraties is er een indeling gemaakt naar vijf categorieën, die in de navolgende paragrafen gepresenteerd zullen worden als vijf tegendraadse ontwerpgrepen⁸⁶.

⁸⁶) Ontwerpgreep = letterlijk houvast bij het ontwerpen en figuurlijk verwant aan de kunstgreep.



[6.19] Salvador Dalí – ‘Vénus de Milo aux Tiroirs’ – 1936/1964, ‘Het beeld [...] moest in de visie van Dalí in wit geschilderd brons worden uitgevoerd, zodat “[...] wanneer iemand het zou willen optillen, hij verrast zou zijn omdat het veel zwaarder bleek dan hij verwachtte.’” (Wood & te Duits 2007: p.94).

[6.20] Masanori Umeda – ‘Tawaraya’ – 1981, ontworpen voor de eerste Memphis collectie. Umeda combineerde de domeinen ‘slapen’ en ‘sport’ tot een betekenisvol bed.



[6.21] Op deze publiciteitsfoto van de Memphis groep, in Umeda’s bed/boxring combinatie, ‘hangen’ van links naar rechts: Aldo Cibic, Andrea Branzi, Michele De Lucchi, Marco Zanini, Nathalie du Pasquier, George J. Sowden, Martine Bedin, Matteo Thun en Ettore Sottsass.

6.2 Ontwerpgrepen

6.2.1 Ontwerpgreep I; het combineren van verschillende domeinen

Dit principe is een veralgemening van *put together parts that do not match* uit de workshop van Mendini. Bij deze werkwijze combineren men in een ontwerp het basisproduct (bijvoorbeeld een boekenkast) met een item (bijvoorbeeld een krik) dat uit een andere wereld komt (de garage, in dit voorbeeld van de ‘Wagenheberregal’ uit hoofdstuk 2.3, hieraan voorafgaande). Dit is een sterk betekenisgevend principe omdat door de confrontatie van de twee werelden de gebruiker bijna wordt gedwongen om na te denken over de associaties die de afzonderlijke delen oproepen. Het gaat bij het tegendraads ontwerp hierbij dan ook vooral over de combinatie van onverwachte dingen. Dit laatste kunnen we beschouwen als een ‘uitvinding’ van de surrealisten, met veel succes toegepast door de postmodernisten en recentelijk weer ‘herontdekt’ door de conceptueel ontwerpers: ‘...geheel in overeenstemming met de door de surrealisten zo bewonderde en vaak geciteerde regel uit het prozagedicht *Les Chants de Maldoror* (1868-1869) van Comte de Lautréamont. “Mooi [...] als de toevallige ontmoeting van een naaimachine en een paraplu op een ontleedtafel!” (Wood & te Duits 2007: p.194).

⁸⁷⁾ Zie hoofdstuk 4.1, hieraan voorafgaande.

⁸⁸⁾ Ware het niet dat natuurlijk niemand het in zijn hoofd haalt daadwerkelijk iets op te gaan bergen in dit onbetaalbare kunstwerk uit een serie van vijf. Het gaat bij Dalí meer om het achterliggende idee, dan om het maken van een echt opbergmeubel. Bij Tejo Remy is de kast ook daadwerkelijk -mede- als gebruiksvoorwerp bedoeld.

De door Salvador Dalí in samenwerking met Marcel Duchamp getransformeerde Venus van Milo was in eerste instantie bedoeld om het symbool van de schoonheid te de-mystificeren (Wood & te Duits 2007: p.94) [Figuur 6.19]. Maar met dit object krijg de gebruiker ook eenzelfde ervaring als met de ‘Chest of Drawers’ van Tejo Remy⁸⁷. Spulletjes worden niet meer opgeborgen in het anonieme ‘derde laatje van boven’, maar in de buik of het been of het hoofd van het object. Hierdoor krijgen de spullen een herkenbare eigen plek en worden daardoor zelf ook weer specialer en zijn beter terug te vinden⁸⁸. Dalí en Duchamp

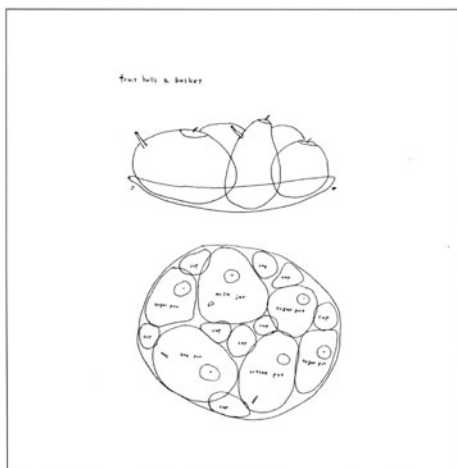
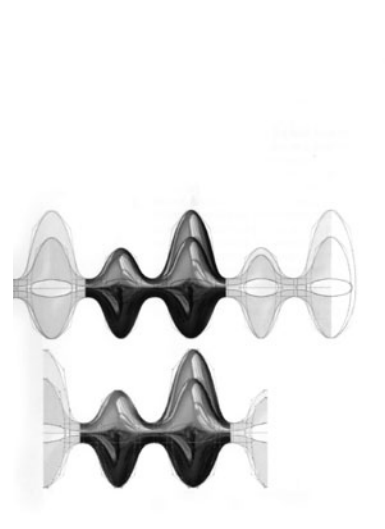


[6.22] Hans Hollein – Koffie Servies voor ‘Tea & Coffee Piazza’ project van Alessi – 1983, de op het eerste gezicht wat willekeurige, constructivistisch ogende objecten blijken samen een vliegdekschip te vormen.

[6.23; 6.24] Kazuyo Sejima en Ryue Nishizawa – ‘Coffee Piazza’ – 2003, in de reprise van het Tea & Coffee Piazza project van Alessi gebruiken Sejima en Nishizawa de metafoor van de fruitschaal om hun servies als gezellige set te presenteren (een stuk vriendelijker en ook dichter bij huis dan het vliegdekschip van Hans Hollein)



[6.25; 6.26] Tom Kovac – Servies en ontwerptekening voor Coffee Piazza – 2003, Kovac gebruikt een bijzondere vorm van de domeincombinatie door beelden van geluidsgolven te gebruiken om tot nieuwe vormen voor het servies te komen.



transformeren door deze combinatie van beroemd beeldhouwwerk en opbergmeubel zowel de sculptuur als het idee van opbergen in een nieuwe gedaante. De sculptuur wordt aan de ene kant ontdaan van zijn esoterische schoonheid door hem als gebruiksvoorwerp te presenteren en aan de andere kant krijgt het idee van ‘opbergen’ iets van een magische tijdloosheid door het in de vorm van een klassiek beeldhouwwerk te gieten. Eenzelfde effect treedt op bij de eerder genoemde kruiwagen van Oscar Dominguez, waarbij de luxe gecapitonneerde bekleding het object als het ware uit de rurale context haalt en salonfähig maakt, terwijl de kruiwagenvorm tegelijkertijd de burgerlijke luxe van de ‘chaise-longue’ te kijk zet [Figuur 6.18].

Bij deze ontwerpregreep is het dus belangrijk om door een slimme combinatie van vreemde dingen te zorgen dat de twee ‘werelden’ iets over elkaar zeggen: elkaar aanvullen of becommentariëren. Zo blijkt het bed in de vorm van een boksring van Masanori Umeda een gezellig afgescheiden hoekje om te ‘hangen’ met je vrienden, maar tegelijkertijd schuurt dit idee een beetje doordat een boksring natuurlijk ook altijd het toneel is van strijd [Figuur 6.20 en 6.21].

Dezelfde spanning ontstaat bij het koffieservies van Hans Hollein in de vorm van een vliegdekschip [Figuur 6.22]. Een vliegdekschip dient in het echt ook als een opstelplaats voor spullen, net als een dienblad. Aan de andere kant is het natuurlijk vreemd om de vredige ceremonie van het serveren van thee of koffie, uit te voeren met oorlogstuig.

Voor hetzelfde ‘Tea & Coffee Piazza’ project als waarvoor Hans Hollein zijn koffieservies ontwierp, maakte Aldo Rossi het in hoofdstuk 3 getoonde ontwerp in de vorm van een gebouwtje. Daarbij gebruikte de architect het symbool van een tempel om het ceremoniële aspect van theeschenken te benadrukken [Figuur 3.1]. In een herhaling van het project in 2003 werden opnieuw verschillende ontwerpers en architecten gevraagd een thee- of koffieservies te ontwerpen. In dit project zien we dan ook dezelfde ontwerpregreep terug: Kazuyo Sejima en Ryue Nishizawa combineren het koffiedrinken met fruit eten. Hun ontwerp was gebaseerd op het idee van een fruitmand, teneinde: ‘een servies te creëren waardoor mensen met meer plezier aan tafel zitten.’ (Mendini et al. 2003: p.167) [Figuur 6.23; 6.24]. Een vermeldenswaardige speciale



[6.27] Cinzia Ruggeri – ‘Architectural Fashion’ - 1984, in navolging van het ‘Furniture as Clothing’ project van Mendini maakte Ruggeri voor Alchymia een serie jurken gebaseerd op architectuur.



[6.28] Giorgio de Chirico – ‘Kostuum voor een mannelijke gast’ – 1929, surrealist de Chirico ontwierp het decor en de kostuums voor de balletvoorstelling ‘Le Bal’ van Boris Kochno en Serge Diaghilev op basis van klassieke architectuurmotieven die ontleend waren aan zijn schilderijen.

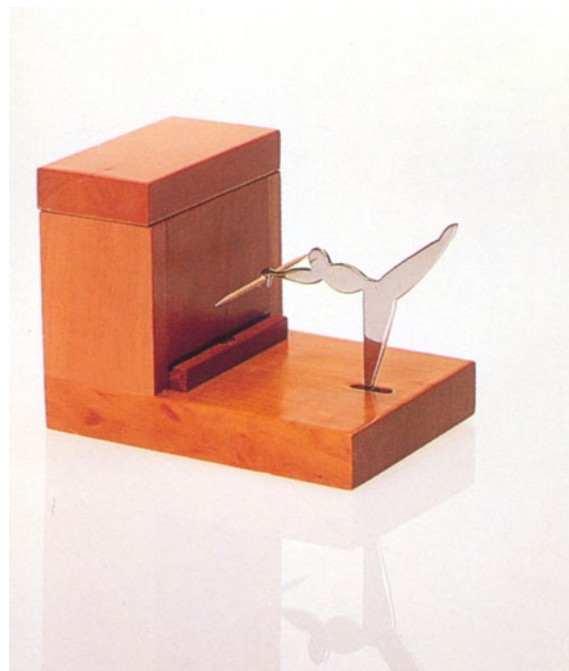
[6.29] Yutaka Hikosawa – ‘Yuné’ kinderwagen – 1988.



[6.30] Andrea Branzi – tandenstoker houder voor Alessi – 1992, Branzi gebruikt de gracieusheid van een balletdanser om de tandenstoker op een elegante manier ‘aan te bieden’.



[6.31] Masonori Umeda – ‘Rose Chair’ – 1991, een op en top ‘romantische’ stoel. Uit dezelfde serie als de ‘I Fiori’ uit paragraaf 1.4.4 [Figuur 1.21].



6.2 Ontwerpen

combinatie van domeinen zit in het voor hetzelfde project ontworpen koffieservies van Tom Kovac, waarbij de combinatie wordt gemaakt met een onstoffelijk domein, in de vorm van geluidsgolven (Mendini et al. 2003: pp.111-112) [Figuur 6.25; 6.26].

De in de introductie van dit hoofdstuk getoonde combinatie van kleding en meubels van Alessandro Mendini's 'Furniture Clothing'⁸⁹ project, kreeg ook navolging in de serie 'Architectural Fashion' van Cinzia Ruggeri: 'A costume is a space constructed around a body as a small architectural object. (Sato 1988: p.153) [Figuur 6.27]. Het combineren van kleding en architectuur bleek echter eigenlijk weer gebaseerd op een idee van surrealist De Chirico uit 1929. De combinatie bleek toen al effectief: 'De Chirico's kostuums veranderden de dansers in bewegende sculpturen. Een Parijse criticus merkte op dat het beelden waren die voor één nacht tot leven kwamen.' (Wood & te Duits 2007: p.61) [Figuur 6.28].

De ontwerpgreep is zichtbaar in allerlei verschillende productgroepen. Zo combineerde postmodernist Yutaka Hikosawa een product voor kinderen met een ei om het idee van bescherming en geboorte te benadrukken en maakte Masonori Umeda meubels romantisch door een combinatie te maken met bloemen⁹⁰ [Figuur 6.29; 6.31]. Behalve in de koffieserviezen zien we de ontwerpgreep bij Alessi ook terug in andere producten, zoals bij een tandenstokerhouder van Andrea Branzi die 'tafelen' combineert met ballet [Figuur 6.30].

In het conceptueel ontwerp van de jaren negentig ontstaan opnieuw combinaties van domeinen die niets met elkaar te maken lijken te hebben. Het aardige is dat het hier vaak lukt om niet alleen commentaar te geven, maar ook in functionele zin iets toe te voegen. In hoofdstuk vier hebben we al kunnen constateren dat dit een essentiële doorontwikkeling is van het postmoderne gedachtengoed en een belangrijk verschil met de hiervoor beschreven ontwerpen. Een klinkend voorbeeld van deze vorm van augmented-postmodernism is de al eerder aangehaalde deurbel van Peter van der Jagt⁹¹, waarin de wijnglazen niet alleen een symbolische betekenis hebben, maar ook daadwerkelijk de klank opwekken [Figuur 4.7].

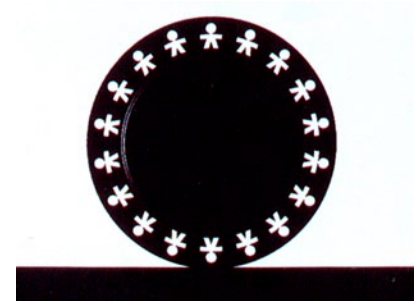
⁸⁹) Zie Figuur 6.10 en 6.11, hieraan voorafgaande.

⁹⁰) Zie ook figuur 1.21 in paragraaf 1.4.4, hieraan voorafgaande.

⁹¹) Zie hoofdstuk 4.1, hieraan voorafgaande.

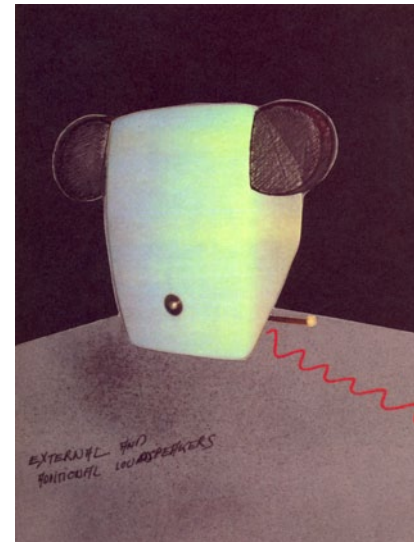


[6.32; 6.33] De gelijkenis van Philippe Starck's 'Juicy Salif' met de Kuifje raket (zie ook hoofdstuk 3.1).



[6.34] Stefano Giovannini en Guido Venturini – 'Girotondo' schaal – 1989.

[6.35; 6.36] Bertrand Richez – 'Verdwijntruc' televisieset – 1993, model en ontwerpschets met toegevoegde luidsprekers in de vorm van Mickey Mouse oren.



6.2 Ontwerpgrepen

6.2.2 Ontwerpgreep 2; inspiratie uit populaire context

Naast het combineren van domeinen zien we in het postmoderne ontwerpidioom vaak ook het samenbrengen van zogenaamde ‘hogere’ en ‘lagere’ cultuur. Beelden uit populaire films en televisieseries, stripfiguren en kinderliedjes worden gebruikt om ontwerpen herkenbaar te maken. In hoofdstuk 3.1 hebben we al gezien dat Philippe Starck inspiratie haalde uit de ‘Kuifjeraket’ en dat Stefano Giovaninni en Guido Venturini hun project baseerden op de Italiaanse versie van ‘Jan Huygen in de ton’ [Figuur 6.32; 6.33; 6.34].

Bij het door de postmodernisten geleidde televisie-project van Philips⁹² werd onder andere gerefereerd aan Mickey Mouse [Figuur 6.35; 6.36], en ook bij eerdere ontwerpen vinden we deze referentie terug, zoals bij de voor Memphis ontwerpende japanner Toshiyuki Kita en de spanjaard Javier Mariscal [Figuur 6.38-6.40]. Op overeenkomstige manier baseerde Richard Hutten zijn ‘Sexy Relaxy’ stoel dan weer op een scene uit de film ‘Basic Instinct’⁹³.

De ‘Wink’ stoel van Kita is hierbij eigenlijk interessanter dan de latere ‘Garriris’ van Mariscal. Net zoals dat bij de conceptueel ontwerpers het geval was maakte Kita een combinatie van functionaliteit en betekenis: met de oorvormige toevoegingen ontstaat een verwijzing naar de populaire cultuur, die tegelijk een bijdrage levert aan de bruikbaarheid van de stoel.

⁹²) Zie paragraaf 3.2.1, hieraan voorafgaande.

⁹³) Zie hoofdstuk 4.2, hieraan voorafgaande.



[6.37] Javier Mariscal – ‘Garriris Chair’ – 1988, met Mickey Mouse oren en de bijbehorende karakteristieke voeten, uitgevoerd in aluminium.



[6.38] Nagetekende Mickey Mouse – Padawan Linea/Walt Disney – 2007.

[6.39] Toshiyuki Kita – ‘Wink’ stoel – 1980, ‘Nog steeds werkend vanuit het Italiaanse stijlconcept, ontwierp Kita deze stoel, die door Cassina in Milaan in productie werd gebracht. Met zijn associaties met Mickey Mouse verwijst hij naar de popcultuur, die zulk een grote invloed op Japanse vormgeving heeft gehad.’ (Sparke 1988: p.126). De stoel is nog steeds in productie bij Cassina en is tegenwoordig weer hip in een uitvoering met stofdessins van Marimekko [Figuur 6.40].



[6.40] Marimekko – 2006, een recente uitvoering van het oorspronkelijke ontwerp van Kita uit 1980, in een voor Marimekko kenmerkend vrolijk bloemetjessessin.



Maar ook dit principe was al eerder toegepast, zoals te zien is bij de beroemde bank-in-de-vorm-van-een-mond van Salvador Dalí en Edward James [Figuur 6.42]. Deze bank was gemaakt naar aanleiding van een schilderij van Dalí, dat op zijn beurt weer geïnspireerd was op de filmster Mae West (Fanés et al. 2005: pp.117-118) [Figuur 6.41].

6.2 Ontwerpgreep

Robert Venturi en Denise Scott-Brown (1977) bepleitten deze ‘inspiratie uit populaire context’ in *Learning from Las Vegas* en noemden het ‘vernacular’ design, wat vrij vertaald kan worden als ‘inheems’ ontwerp. Charles Jencks (1984) stelde later zelfs de meest letterlijke vorm van symboliek als voorbeeld [Figuur 6.45]. In het Tea & Coffee Piazza⁹⁴ project van Alessi maakte Jencks overigens later zelf een servies van kitscherige Dorische zuiltjes [Figuur 6.43 en 6.44].

Deze ontwerpgreep, ontwerpen op basis van iconen uit de populaire cultuur is interessant omdat het in feite een soort omkering is van het principe van ‘dalende cultuurgoederen’. Dit is het uit de design-geschiedenis bekende fenomeen dat nieuwe cultuurgoederen eerst tot de elite zijn voorbehouden, maar later steeds breder doordringen in de maatschappij en daarbij als het ware ‘af dalen’ tot de ‘gewone man’. Dit wordt ook beschreven in het al eerder genoemde *Theory of the Leisure Class* van Thorstein Veblen (1899; heruitgave 1994)⁹⁵. Hierin zet Veblen uiteen dat de privileges van de rijken steeds door de lagere klassen gekopieerd, nagestreefd en uiteindelijk ingelijfd zullen worden, waarna de elite op zoek moet naar nieuwe manieren om zich te onderscheiden. In de tijd van Veblen lieten de rijken personeel voor zich werken, zodat ze zichzelf konden overgeven aan verpozende activiteiten als de jacht en het paardenrennen, vandaar de term ‘Leisure Class’. De overtreffende trap hiervan was het verzamelen van personen die zelfs niet voor je werkten: ‘profiteurs’ die louter dienden als entourage.

⁹⁴) Zie hoofdstuk 3.1, hieraan voorafgaande.

⁹⁵) Zie ook hoofdstuk 3.1, hieraan voorafgaande.

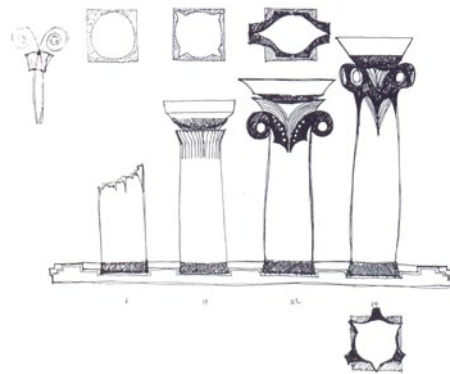


[6.41] Salvador Dalí – ‘Mae West’s gezicht dat als een surrealistische kamer kan worden gebruikt’ – 1934-1935, Dalí heeft het geschilderde gezicht later ook daadwerkelijk als kamer gebruikt: ‘In 1974, he turned the image into a reality with the aid of the architect Oscar Tusquets: one of the rooms in the Theatre-Museum in Figueres houses the apartment based on the head of the explosive sex symbol. (Fanés et al. 2005: pp.117-118).



[6.42] Salvador Dalí en Edward James – ‘Mae West lippen sofa’ – 1939.

[6.43; 6.44] Charles Jencks – Ontwerpschets en prototype voor het ‘Tea & Coffee Piazza’ project van Alessi en Mendini – 1983.



[6.45] Hot Dog Stand – 1938, uit *The language of Post-Modern architecture* door Charles Jencks (1984: p.65).



6.2 Ontwerperen

Tegenwoordig onderscheidt de elite zich meer door overbodige luxe goederen en een vermeend verfijnde smaak. Door economische groei worden spullen echter steeds goedkoper en zullen zij op den duur ook binnen het bereik vallen van de middenklasse. Men denke slechts aan de SUV -eerst alleen beschikbaar als peperdure Range Rover- die door de komst van de Kia Sorento als het ware gedemocratiseerd werd⁹⁶. Uitzondering op de regel zijn de zogenaamde ‘sociaal stijgende cultuurgoederen’, met als bekendste voorbeeld de spijkerbroek in de jaren zestig⁹⁷. Met het principe van de inspiratie uit populaire context, wordt de culturele wereld van de massa bij uitzondering dus beschikbaar én acceptabel gemaakt voor de elite.

Lloyd en Snelders (2001) beargumenteren verder dat de inspiratie bij Philippe Starck voor de Juicy Salif mede voortkwam uit de persoonlijke fascinatie voor science-fiction verhalen van de ontwerper. Dit ontwerpen vanuit de eigen interesse of achtergrond is verwant aan een deel van de SCOT theorie van Bijker (1999), waarbij SCOT staat voor de Social Construction of Technology. In zijn boek *Of Bicycles, Bakelites, and Bulbs; Toward a Theory of Sociotechnical Change* beargumenteerd Bijker de ontwikkeling van technologie op basis van verschillende sociologische processen⁹⁸. In zijn behandeling van de ontwikkeling van Bakeliet⁹⁹ door de Belgische uitvinder Baekeland laat hij zien hoe innovaties worden ‘gestuurd’ door de omgeving en achtergrond van de ontwikkelaars. Door Bijker wordt dit referentiekader ‘technological frame’ genoemd.

Bij het tegendraads ontwerp zien we eenzelfde mechanisme, waarbij de sturing voortkomt uit het sociaal-culturele referentiekader. Javier Mariscal [Figuur 6.37] hield zich aanvankelijk bezig met comics tekenen (Albus et al. 1995: p.101) en ontwerper Damien O’Sullivan ontwikkelde zijn Solar Lampion vanuit een fascinatie voor zonnecellen [Figuur 6.46]. O’Sullivan’s vader was namelijk als ontwerper bij ruimtevaartorganisatie ESA (European Space Agency) verantwoordelijk voor de zonnepanelen van satellieten (O’Sullivan 2009).

⁹⁶) Dit speelt ook in de product-fasen-theorie van Eger (2007): door de bredere verspreiding ontstaat er behoefte aan onderscheidende modellen voor verschillende doelgroepen. Daardoor zal het product vervolgens overgaan naar de fase ‘segmentering’.

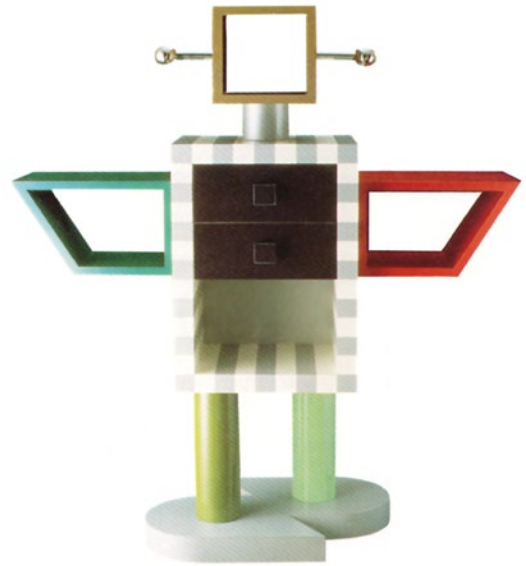
⁹⁷) Met de komst van de ‘designer-jeans’ deed de oorspronkelijke arbeiderskleding zijn intrede in de couture.

⁹⁸) Zie ook paragraaf 6.3.1, hierna volgende.

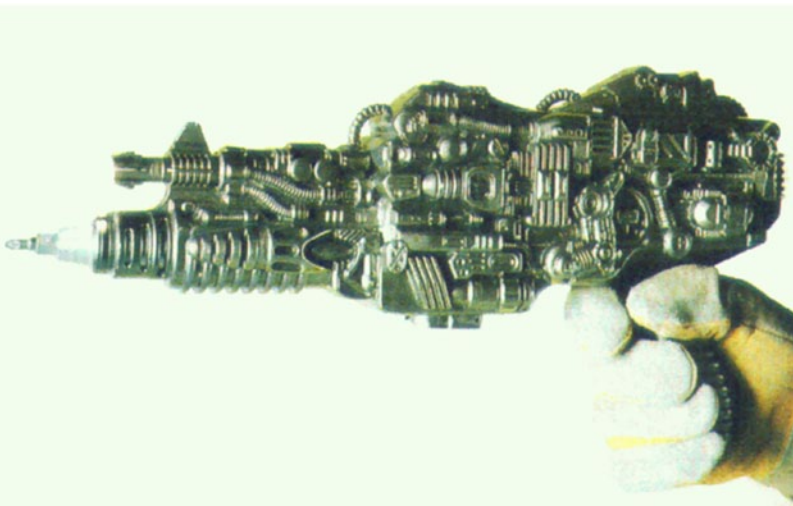
⁹⁹) In 1907 de eerste echte kunststof.



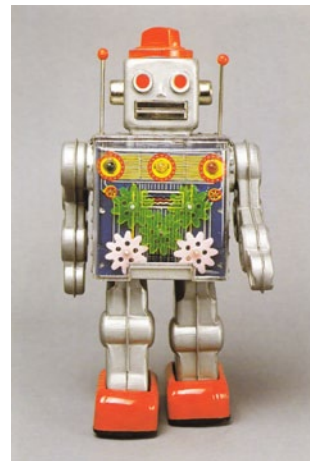
[6.46] Damien O'Sullivan – 'Solar Lampion' – 2007, een fascinerend ontwerp doordat de zonnecellen op een natuurlijke manier zijn geïntegreerd in de opbouw van het object.



[6.47] Masanori Umeda – 'Ginza' kast uit de Memphis collectie – 1982, geïnspireerd op de Japanse speelgoedrobots en Anime-figuren [Figuur 6.52] en uitgevoerd in de typische Memphis stijl met laminaat-afwerking¹⁰¹.



[6.48] Peter van der Jagt – Boormachine – 1993, Van der Jagt maakte deze boormachine in de vorm van een futuristisch laserpistool als onderdeel van zijn afstuderen aan de Design Academy, tegelijk met de Bottoms-up deurbel¹⁰² (van Tilborg 2010: p.41). Het apparaat zou ook bij ontwerpgreep vier¹⁰³ ingedeeld kunnen worden, want de behuizing is gemaakt van een bestaand speelgoedpistool.



[6.49] 'Gear Robot' – jaren '60 – gefabriceerd door de firma Horikawa in Japan. Japan was destijds de grootste leverancier van science fiction speelgoed. Dit exemplaar is van blik: 'tin plate & plastic, battery operated, walks at two speeds, moving arms, turning gears & lights in chest.' (Emchowicz & Nunneley 1999: p.25).

6.2 Ontwerpproblemen

Leo Hendrik Baekeland was volgens deze visie¹⁰⁰ uiteindelijk in staat zijn revolutionaire materiaal te bedenken doordat hij zelfs deel uitmaakte van verschillende ‘technological frames’. Door de combinatie van ideeën uit verschillende sociale groepen; de ontwikkelaars van cel-luloid aan de ene kant en de ontwikkelaars van fotografisch papier aan de andere kant, komt de chemicus tot een prestatie die de concurrentie uit de afzonderlijke groepen niet lukt (Bijker 1999). De Japanse ontwerper Toshiyuki Kita, van de eerder genoemde ‘Wink’ stoel, is in dit verband ook een illustratief voorbeeld. Hij vestigde zich in 1979 vanuit Japan ook in deeltijd in Milaan om zich meer op de Westerse markt te richten. Zijn Japanse studio hield hij aan, zodat hij zich net als in het voorbeeld van Baekeland in twee verschillende ‘omgevingen’ bevond. De ‘Wink chair’ wordt dan ook wel gezien als een mooie symbiose van de organische, multifunctionele benadering uit het oosten en de technische vernieuwing en popart uit het Westen (Schriemer et al. 2009).

De sturing vanuit het eigen referentiekader is ook zichtbaar in een door Masanori Umeda ontworpen kast voor Memphis [Figuur 6.47]. De japanner baseerde zijn figuratieve kast op de in zijn culturele omgeving populaire symbolen (Sparke 1988: p.126). Daardoor lijkt de kast op een robot [Figuur 6.49], terwijl de kasten van collega Ettore Sottsass op totempalen leken [Figuur 2.2 en 3.45].

Ten slotte zien we deze ontwerpgreep ook terug in het conceptueel ontwerp [Figuur 6.48]. Ook hier valt de betekenisgevende component van de ontwerpgreep in toenemende mate samen met de functionele component: dat de boormachine van Peter van der Jagt de vorm van een overgedecoreerd laserpistool heeft, doet niet veel af aan de bruikbaarheid. Klussen zal met deze boormachine echter nooit meer hetzelfde zijn.

¹⁰⁰) Bijker neemt met zijn theorie een middenpositie in bij het debat over ‘Design History’ of ‘History of Design’. Technologische ontwikkelingen worden in deze visie deels verklaard door processen in de maatschappij én deels door de inbreng van de individuele ontwerper, die binnen die maatschappelijke ontwikkelingen de juiste aspecten weet te identificeren.

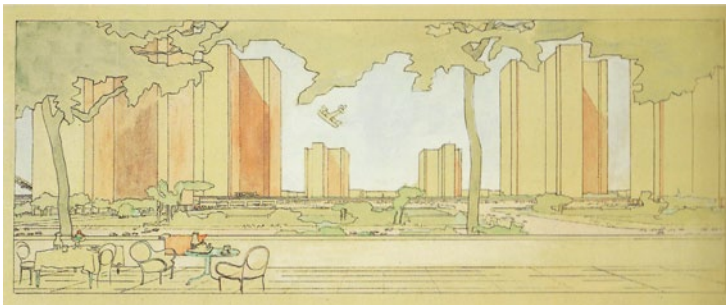
¹⁰¹) Zie ook paragraaf 6.2.5, hierna volgend.

¹⁰²) Zie ook hoofdstuk 4.1, hieraan voorafgaande.

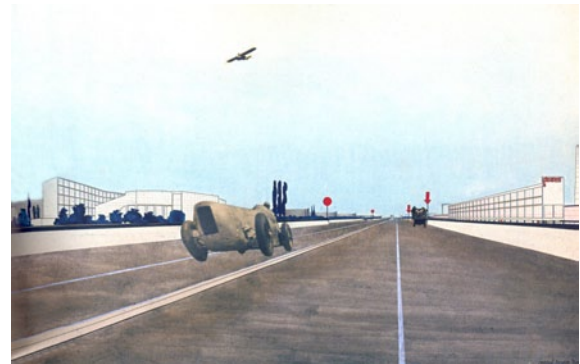
¹⁰³) Zie paragraaf 6.2.4, hierna volgend.



[6.50] Salvador Dalí – ‘Dream of Venus’ – 1939, gefotografeerd (kleurendia) door Eric Schaal. Op de door mechanisatie en stroomlijnvormen gedomineerde wereldtentoonstelling in New York viel dit door Dalí gerealiseerde droompaviljoen nogal uit de toon: ‘Only the violence and duration of your hardened dream, [would be able] to resist the hideous mechanical civilisation.’ (Dalí 1939, gecit. in: Fanés et al. 2005: p.185). Vormenrijkdom als tegenwicht tegen de geabstraheerde, gemechaniseerde maatschappij.



[6.51] Le Corbusier¹⁰⁵ – ‘A Contemporary City for Three Million Inhabitants’, gouache op Cansonpapier – 1922, zelden zag een wereldstad er zo vredig en opgeruimd uit als in dit modernistisch utopia: ‘Le Corbusier’s Contemporary City (*Ville Contemporaine*), exhibited at the *Salon d’Automne* of 1922, presented his vision of an ideal urban environment with every modern facility. His plan sought to remedy all the problems of contemporary cities (lack of light, space and greenery) and to incorporate new modes of transportation, abolish congestion, improve circulation and increase population density.’ (Wilk et al. 2006: p.68).



[6.52] Renaat Braem – ‘Linéaire stad’ – 1934, zakelijk en efficiënt moest het moderne leven worden; de lineaire stad als voorbeeld van ultieme rechtlijnigheid. Om hun vooruitgangsidealen kracht bij te zetten voorzagen de modernisten hun ontwerpsschetsen ook nog van typisch modernistische emblemen zoals zeppelins, vliegtuigen en sportwagens (Bekaert 2005: p.145).

6.2 Ontwerpgrepen

6.2.3 Ontwerpgreep 3; vormlust

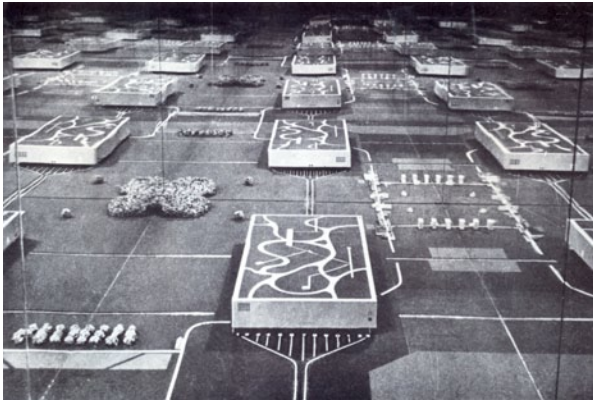
Dit principe bestaat eigenlijk vooral uit het zich afzetten tegen de vereenvoudigingsdrang en abstractie die het gevolg was van het door de functionalisten gehandhaafde verbod op ornamentiek. Vormlust kan zich daarbij op drie verschillende manieren manifesteren: als decoratie, in de vorm van anti-abstractie (of figuratie) en als vormcomplexiteit.

Vormlust ontstond al bij de surrealisten die, met de droomwereld als inspiratiebron, eigenlijk streefden naar chaos en vervreemding (Krauss & Livingston 1985: p.15; Wood & te Duits 2007: pp.19-25). Dit is het duidelijkst zichtbaar in het door Salvador Dalí ontworpen paviljoen 'Dream of Venus', dat in 1939 gebouwd werd voor de wereldtentoonstelling in New York. [Figuur 6.50]. Dalí wilde zich met dit paviljoen afzetten tegen de door technologie, stroomlijn en functionalisme gedomineerde tentoonstellingsomgeving (Fanés et al. 2005: pp.185-187).

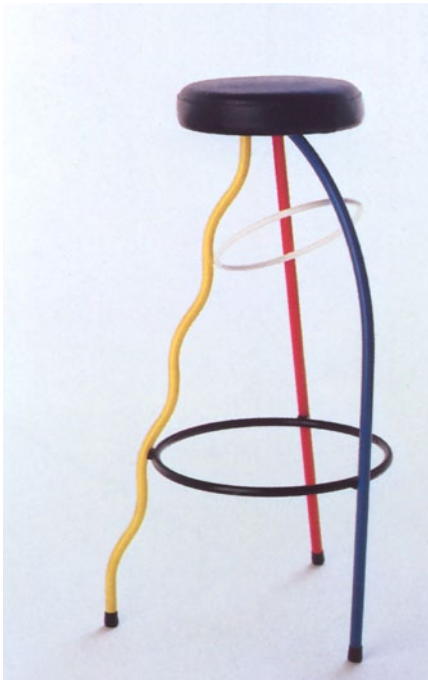
In het algemeen wilde Dalí met zijn ontwerpen een fantasierijk tegenwicht bieden aan de toenemende rationalisatie en mechanisatie van de maatschappij (Fanés et al. 2005: pp.117-118). Tijdgenoot Le Corbusier was in 1923 daarentegen juist enthousiast geweest over de verworvenheden van het machine-tijdperk¹⁰⁴, waarin hij geweldige mogelijkheden zag om ordening te bewerkstelligen; 'Relying on calculations, engineers use geometric forms, satisfying our eyes through geometry and our minds through mathematics; their works are on the way to great art.' (Le Corbusier 2008: p.100). De functionalisten maakten dan ook veelvuldig visioenen van een sterk geordende en opgeruimde maatschappij [Figuur 6.51 en 6.52]. Dit idee werd vervolgens in 1970 door Archizoom gepersifleerd [Figuur 6.53].

¹⁰⁴) Zie ook paragraaf 1.4.1 en 1.4.2, hieraan voorafgaande.

¹⁰⁵) Pseudoniem van Charles-Eduard Jeanneret.



[6.53] Archizoom – ‘No-stop City’ – 1970, persiflage op het stedenbouwkundig idealisme van de modernisten. Door middel van spiegels werd het functionalistische gebouw tot in het oneindige herhaald: ‘Criticism of the Modern Movement was also and above all expressed by taking Rationalism to an extreme, with the intention of exposing the underlying contradictions of the movement.’ (Branzi 1984: p.74).



[6.54] Javier Mariscal – ‘Duplex’ barkruk – 1980, een vrolijke kruk met drie verschillende poten; een ongekende ‘vormverspilling’ volgens een van de uitgangspunten van het functionalisme: Ockham’s Razor.



[6.55] Michael Graves – ‘Plaza’ kaptafel voor Memphis – 1981, het object is opgebouwd als een uitbundige wolkenkrabber uit het Art-deco tijdperk.



[6.56] Matteo Thun – ‘Hommage To Madonna’ – 1986, bestek van verguld zilver met plastic handvatten voor WMF. Net als Michael Graves deed bij de ‘Plaza’ kaptafel, maakte Thun een herinterpretatie van klassieke motieven.

6.2 Ontwerpproblemen

Belangrijk in dit verband is dat het modernisme na het beroemde manifest *Ornament und Verbrechen*¹⁰⁶ van Adolf Loos niet alleen de decoratie in de ban deed, maar in het algemeen naar een ascetische vormtaal streefde, versterkt door het principe van Ockham's razor; alles wat niet strikt noodzakelijk is, dient op die grond alleen geëlimineerd te worden. Aldus 'verbod' het modernisme ook een rijke vormtaal die intrinsiek een onderdeel van het object zou kunnen zijn. Het resultaat was op den duur een visuele beperktheid die je voor doods of saai zou kunnen verslijten. Robert Venturi's parafraze 'less is a bore' (Venturi 1977: p.17) is bekend, maar Ghislaine Kieft verwoordt het subtieler in haar essay *Modernisme en Post-Modernisme* uit 1984: 'Op zich is er natuurlijk weinig bezwaar tegen zo'n moedwillige beperking van vormtaal. Maar het is als een gesprek met weinig woorden en één onderwerp: je bent zo uitgepraat¹⁰⁷.' (Joris et al. 1984: p.19).

In de uitbundige ontwerpen van Memphis en Alchymia werd deze beperking van de vormtaal veelvuldig op de hak genomen. Bij de barkruk van Javier Mariscal wordt het principe van Ockham's Razor nadrukkelijk omzeild door drie verschillende poten aan te brengen [Figuur 6.54]. Michael Graves en Matteo Thun grepen daarbij terug op de vormenrijkdom van vóór het functionalisme [Figuur 6.55 en 6.56].

¹⁰⁶) Zie ook paragraaf 1.4.1, hieraan voorafgaande.

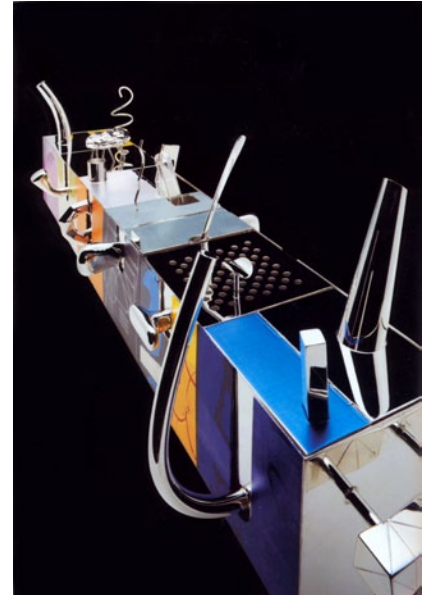
¹⁰⁷) Kieft vergelijkt hier ontwerpen wederom met taal, wat aansluit bij het communicatieve aspect van objecten, dat in het postmodernisme zo belangrijk werd.



[6.57] Michele De Lucchi – ontwerpschetsen voor HiFi-sets – 1981, uitbundigheid in vorm en kleur die kenmerkend was voor de Memphis-beweging.



[6.58] Peter Shire – Theepotten voor Memphis – 1980 tot 1983.



[6.59] Will Alsop – 'Coffee Piazza', voor Alessi – 2003, Alsop doet nog steeds ongeveer hetzelfde als Peter Shire in de jaren tachtig.



[6.60] Jurgen Bey – 'Tree Trunk Bench' – 1999, de vormen waaruit de bank is opgebouwd zijn letterlijk 'geciteerd'.



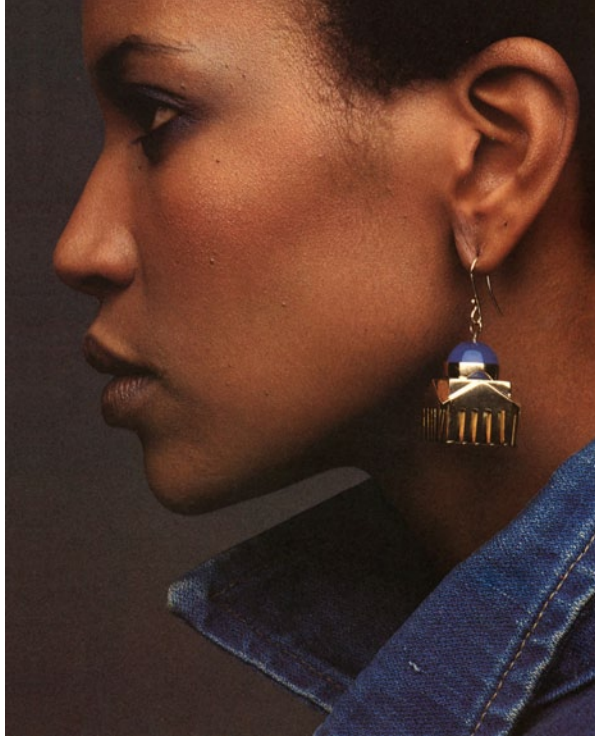
[6.61] Paul Beckman – wandmeubel – 1986, de elementen van het meubel verwijzen niet symbolisch naar de inspiratiebron, maar zijn gewoon rechtstreeks opgenomen, als een soort collage.

De vormlust werd uiteindelijk een belangrijk kenmerk van de vormgeving van de postmodernisten [Figuur 6.57 en 6.58]. Deze ontwerpgreep zagen we dan ook, net als het combineren van verschillende domeinen, terug in de tweede aflevering van het *Tea & Coffee Piazza* project van Alessandro Mendini en Alessi¹⁰⁸ uit 2003 [Figuur 6.59].

Ook later zitten veel tegendraadse ontwerpen vol met klassieke verwijzingen en complexe samenstellingen, waarbij vormen vaak letterlijk 'geciteerd' worden [Figuur 6.61]. Jurgen Bey deed in zijn ontwerp van de Tree Trunk Bench daarbij ook geen enkele moeite om zijn inspiratiebronnen te vereenvoudigen of te abstraheren [Figuur 6.60]. Deze extreme vorm van figuratie zagen we ook alweer eerder bij de postmodernisten [Figuur 6.62].

In het oorspronkelijke *Tea & Coffee Piazza* project uit 1983 deed Stanley Tigerman iets vergelijkbaars toen hij lichaamsdelen op het servies plakte om verschillende functies te bewerkstelligen en tegelijkertijd uit te beelden. Op deze manier vallen de vorm en de functie weer samen en door de sterke figuratie (of anti-abstractie) van de functionele delen worden de verwijzingen op een vervreemdende manier duidelijk. Het begrip 'Form Follows Function' wordt zodoende opnieuw ingevuld door het uit te breiden met 'Form Follows Meaning' [Figuur 6.63; 6.64; 6.65]. Of de *bruikbaarheid* hiermee erg geholpen wordt, is de vraag, maar de *betekenis* neemt hierdoor wel degelijk toe.

¹⁰⁸) Zie hoofdstuk 3.1, hieraan voorafgaande.



[6.62] Robert Venturi – Oorhanger – 1982-1986, Venturi heeft de oorhanger expres figuratief vorm gegeven: 'I used architectural elements and I liked the idea of representing something. My jewelry is the miniature of something else. It is against the abstract approach' (Radice 1987: p.106).

[6.66] Alchymia – ontwerp voor de beschildering van een Renault 5 – 1989, destijds de schrik van iedere modernistisch ontwerper; decoratie die niets met het onderliggende product te maken heeft.



[6.63; 6.64] Stanley Tigerman – 'Coffee Piazza' – 1983, prototypes voor het project van Alessi met een extreem figuratieve uitvoering van handvat en schenktuit. In figuur 6.65 het uiteindelijke servies.



[6.65] Stanley Tigerman – 'Coffee Piazza' – 1983, de kannen worden 'aan de haren getrokken' en schenken uit de mond. Het dienblad wordt al voor je vastgehouden door een imaginaire persoon onder de tafel.



6.2 Ontwerpproblemen

De anti-abstracte vormlust van Jurgen Bey en Stanley Tigerman is niet per definitie hetzelfde als decoreren, de figuratieve vormen zijn namelijk wel degelijk onderdeel van de ‘constructie’ van het object. De resulterende rijke vormtaal ontstaat zo vanuit de functie van het product. Robert Venturi stelde tenslotte naar aanleiding van zijn pleidooi voor ‘vernacular design’: ‘It is now time to reevaluate the once-horrifying statement of John Ruskin¹⁰⁹ that architecture is the decoration of construction, but we should append the warning of Pugin¹¹⁰: It is all right to decorate construction but never construct decoration.’ (Venturi et al. 1977: pp.162-163). Naar aanleiding van de voorbeelden uit de geschiedenis van het tegendraads ontwerp zouden we tegenwoordig kunnen zeggen dat decoratie niet verboden is, als het maar een functie heeft in het geheel van het product.

In de tegendraadse ontwerpen uit de jaren tachtig was dit samenvallen van decoratie en functie meestal nog niet het geval [Figuur 6.66]. In hoofdstuk vier hebben we echter gezien dat dit bij de conceptueel ontwerpers steeds gebruikelijker is geworden. Bij de ontwerpen van Marcel Wanders en Gijs Bakker bijvoorbeeld, is het decoratieve patroon echt onderdeel van de functievulling [Figuur 6.67; 6.68; 6.69].

Designcritica Denise Gonzales Crisp heeft zelfs een term uitgevonden voor deze benadering, waarbij de decoratie of de zogezegde vormcomplexiteit met het functioneren van het object verbonden is: ‘Decoratief’ (Gonzales Crisp 2009: pp.35-38). Een ander voorbeeld dat dit goed illustreert is de ‘Heatwave’ radiator van Joris Laarman [Figuur 6.70]. Bij dit ontwerp is de vormenrijkdom in zekere zin zelfs superieur aan de zogenaamd functioneel ontworpen modernistische design-radiatoren met strakke buizen, aangezien voor een goede warmteafgifte een groot oppervlak nodig is, hetgeen bij de weelderige Rococo-vormen op een vanzelfsprekende manier ontstaat.

¹⁰⁹) John Ruskin (1819-1900) Engels kunstcriticus en sociaal essayist, invloedrijk als schrijver van verhandelingen over kunst en architectuur in het Victoriaanse tijdperk.

¹¹⁰) Augustus Welby Northmore Pugin (1812–1852) Engels design-theoreticus en architect van Neogothische kerkgebouwen.



[6.67] Marcel Wanders – ‘Egg’ speaker – 2005, voor Holland Electro. Onderdeel van het ‘Pandora’ speaker systeem uit figuur 6.68. De decoratie van het object heeft tegelijk een functie als rooster voor de luidspreker en wordt zo integraal onderdeel van het product. Toch werden de objecten blijkbaar nog niet decoratief genoeg bevonden, want in de marketingcampagne werd elk product consequent afgebeeld in het gezelschap van dieren.



[6.68] Marcel Wanders – ‘Pandora’ speaker systeem – 2005.

[6.69] Gijs Bakker – ‘Fruittafel met gaten’ – 1993, het gatenpatroon volgt de krachtverdeling in de verschillende onderdelen van de tafel; op de plekken waar de krachten kleiner zijn, is door middel van grotere gaten meer materiaal weggehaald. ‘De gaten worden strategisch geplaatst om de tafel licht in vorm en gewicht te maken [...] Vorm, functie en decoratie vallen in dit ontwerp samen.’ (Boelen 2010: p.38).



[6.70] Joris Laarman – ‘Heatwave’ radiator – 2003, aftudeerproject van de Design Academy, opgenomen in de collectie van Droog Design en tegenwoordig geproduceerd door het Belgische Jaga.



6.2 Ontwerpgrepen



[6.71] Galerie Ratton – Parijs – 1936, met het flessenrek als kunstwerk in de vitrine.



[6.72] Flessenrek van hetzelfde model dat Marcel Duchamp tot kunst 'verhief' in 1914, hier in 2006 nog in gebruik op een Franse boerderij nabij Autun.

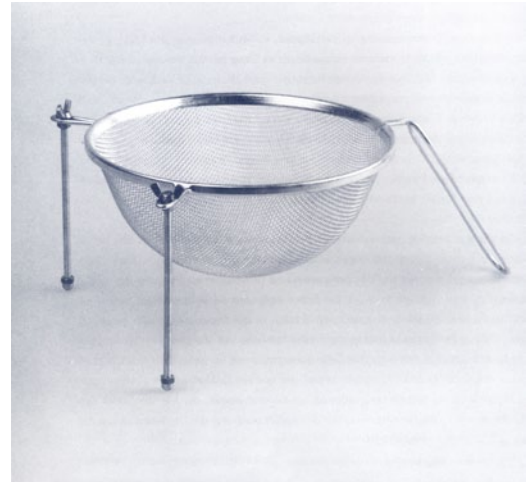


[6.73] Andy Warhol – 'Boxes' – 1964.

[6.74] Ron Arad – 'Rover' tweezitter – 1981, transformatie van de auto naar de woonkamer. De functie van de stoelen blijft hetzelfde.



[6.75] Axel Stumpf – 'Früchteschale' – 1984, een keuzenzeef getransformeerd tot fruitschaal. De context verandert niet, maar de functie wel. In het conceptueel ontwerp komt dit motief weer terug als Arnout Visser in 1993 op de Droog tentoonstelling in Milaan een fruitschaal op wieltjes presenteert, met het venster van een wasmachinedeur als uitgangspunt (Ramakers 1993: p.47).



6.2 Ontwerpgrepen

6.2.4 Ontwerpgreep 4; readymades en objets-trouvés

Marcel Duchamp wordt beschouwd als degene die als eerste een kunstwerk presenteerde op basis van een ‘gevonden’ voorwerp. In de kunstgeschiedenis wordt een dergelijk kunstwerk sindsdien een *readymade* genoemd, of een *objet-trouvé* in het Frans¹¹¹. Nadat Duchamp zijn urinoir en flessenrek tentoonstelde [Figuur 6.71; 6.72; 6.126] zijn er in de kunstgeschiedenis vele voorbeelden te vinden van werken die zijn opgebouwd met behulp van gevonden objecten. Na de directe transformatie van het urinoir tot kunstvoorwerp (iets dat veel later nog eens opnieuw werd ‘uitgevonden’ door Andy Warhol, toen hij Brillo-dozen in het museum zette [Figuur 6.73]), zijn er ook nog talloze andere varianten op het principe bedacht.

De Brillo-dozen van Warhol en het flessenrek van Duchamp zijn *readymades* waarbij de gevonden objecten fysiek hetzelfde blijven, maar de context waarin ze geplaatst zijn, verandert. Door deze verandering van context krijgen de objecten een nieuwe functie (als kunstwerk) vanuit een nieuwe omgeving (de galerie).

In het tegendraads ontwerp zien we het gebruik van bestaande objecten in de opbouw van een productontwerp dusdanig vaak toegepast, dat we kunnen spreken van een aparte ontwerpgreep. Bij de tegendraadse productontwerpen uit het Neue Design in Duitsland, de punk in Engeland en van de Italiaanse postmodernisten is er daarbij sprake van een aantal varianten op hetzelfde basisprincipe. In sommige gevallen blijft de functie van het gevonden object hetzelfde in de nieuwe toepassing [Figuur 6.74]. In andere gevallen verandert de functie, maar blijft de context hetzelfde [Figuur 6.75].

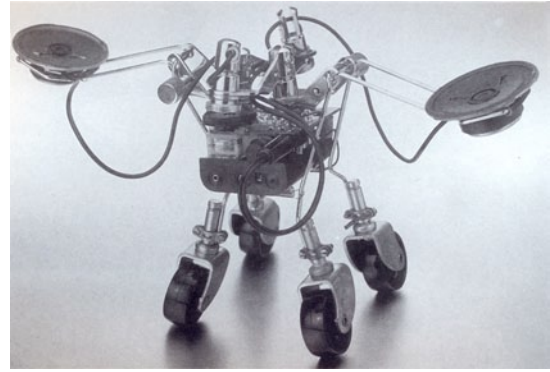
¹¹¹) De Franse term wordt vaak gebruikt omdat de surrealistische beweging werd aangevoerd door de Franse dichter André Breton (Krauss & Livingston 1985).



[6.76] Stiletto Studio's – 'Consumer's rest' en 'Short rest' – 1983/1990, getransformeerde readymades.



[6.77] Pablo Picasso – 'Tête de taureau' – 1942, dit is een bronzen afgietsel van de in 1942 uit een fietszadel en stuur samengestelde sculptuur (Besnard-Bernadac 1987: p.114).



[6.78] Marzio Rusconi Clerici en Laura Agnoletto – 'Vollucela' radio – 1986, een combinatie (of eigenlijk samenraapsel) van gevonden onderdelen.



[6.79] Arnout Visser – Fruitschaal – 1993.



[6.80] Marcel Wanders – 'Set Up Shades' Lamp – 1989, de herhaling van vormen zorgt ook hier tegelijk voor herkenning en vervreemding.



[6.81] Japer Morrison – 'Flower Pot Table' – 1983, het naar onderen toenemende formaat van de gestapelde bloempotten geeft een stabiele basis aan het tafeltje.

Daarnaast is het direct opwaarderen van de gevonden objecten geëvolueerd tot een soort transformatie of combinatie van *objets trouvés*. De objecten worden daarbij vervormd, samengevoegd of aangepast aan de behoeften van hun nieuwe functie of nieuwe context [Figuur 6.76 en 6.78].

6.2

Ontwerpen

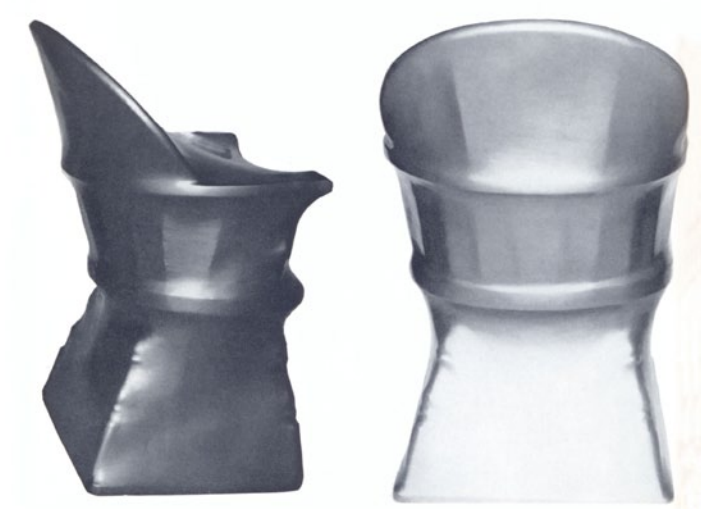
Het combineren van bestaande voorwerpen is te beschouwen als een soort collage techniek, die uiteindelijk natuurlijk schatplichtig is aan de beroemde stierekop van Picasso [Figuur 6.77]. Picasso zelf was als kunstenaar een tijd lang beïnvloed door de surrealisten (Besnard-Bernadac 1987: p.114).

Ook bij de conceptueel ontwerpers van de jaren negentig zijn bestaande objecten vaak het uitgangspunt van het ontwerp. De fruitschaal van Arnout Visser, op basis van het glas van de deur van een wasmachine, is zelfs direct vergelijkbaar met de Früchteschale van Axel Stumpf uit 1984 [Figuur 6.79 en 6.75]. Zoals eerder getoond¹¹² stapelde Marcel Wanders rond diezelfde tijd bestaande lampenkappen tot een staande schemerlamp [Figuur 6.80]. De herhaling van objecten zorgde hierbij voor een uitbreiding van het readymade concept, waarbij het resulterende effect nog versterkt wordt door het langzaam afnemen van de lichtintensiteit. Zoals we voortdurend gezien hebben in de geschiedenis van het tegendraads ontwerp was deze werkwijze ook niet echt nieuw. Jasper Morrison stapelde in 1983 al een serie bloempotten op elkaar om een tafelpoot te vormen, waarbij het afnemende formaat van de potten zorgde voor een betekenisvol effect [Figuur 6.81].

¹¹²) Zie hoofdstuk 4.1, hieraan voorafgaande.



[6.82] Jurgen Bey – ‘Kokon’ tafel/stoel – 1997, vergelijkbaar met de met bont beklede kop en schotel van Meret Oppenheim¹⁴. Door het in te pakken in een ander materiaal krijgt het een nieuwe emotionele lading en ontstaan er in dit geval nieuwe vormen (maar blijft het wel herkenbaar, zoals ook in de stoel van Les Levine [Figuur 6.83]).



[6.83] Les Levine – ‘Untitled’ – 1965, kapiteins-stoel overtrokken met thermoplast. Getoond op de tentoonstelling *The Object Transformed* in het Museum of Modern Art in New York, van 28 Juni tot 21 Augustus 1966. In het commentaar: ‘The transformation of these three objects [er wordt ook gerefereerd aan twee andere stoelen - WE] is brought about by covering them with an extraneous material which destroys their usefulness but presumably preserves the objects themselves.’ (Constantine & Drexler 1966: p.8).



[6.84] Jurgen Bey en Jan Konings – ‘Kokon’ stoelen – 1997-1999, onderdeel van de Droog collectie: “‘I can’t come up with anything new; I only regroup what is already there”, says Jurgen Bey’ (Betsky & Eeuwens 2004: p.129). Een op een dergelijke manier ingepakte stoel stond ook al in 1985 in de designgalerie Weinand in Berlijn [Figuur 2.38].



[6.85] Bazilebustamante (Bernard Bazile en Jean-Marc Bustamante) – tafel – 1985, een combinatie van *objets trouvés* met vervreemdend effect, net als bij de stoel van Les Levine opgeroepen door een combinatie van herkenning en onbruikbaarheid.

Conceptueel ontwerper Jurgen Bey gebruikte het readymade principe ook in zijn Tree Trunk Bench¹¹³, maar eerder paste hij het principe ook al toe op een bijzondere manier. In het 'Kokon' project, transformeerde hij samen met Jan Konings bestaande objecten niet door ze te herhalen, maar door ze in te pakken en samen te voegen [Figuur 6.82 en 6.84]. Wederom iets dat, zoals we bij de verschillende ontwerpgrepen steeds hebben gezien, al eerder was gedaan in de kunstwereld [Figuur 6.83 en 6.85].

6.2 Ontwerpgrepen

¹¹³) Zie hoofdstuk 4.1 en paragraaf 6.2.3, hieraan voorafgaande.

¹¹⁴) Zie hoofdstuk 5.1, Figuur 5.3, hieraan voorafgaande.



[6.86] Tejo Remy – ‘Chest of Drawers’ – 1991, een transformatie en combinatie readymade tegelijk. De verschillende tweedehands lades vormen samen de kast. De transformatie zit hem in de nieuw gemaakte ombouw rond iedere lade die zorgt voor een mate van eenheid in het object.¹¹⁶



[6.87] Alessandro Mendini – ‘Furniture of no Return’ – 1978, Mendini beschilderde verschillende kasten uit de jaren '40 met wilde patronen. Iets wat je tegenwoordig pimpen zou noemen. Later kwam hier ook de ‘Proust’ sofa uit voort.¹¹⁷



[6.88] Jurgen Bey – Lamp ‘Shade Shade’ – 1999, oorspronkelijk ontworpen voor de Droog collectie met de konische vorm van een archetypische lampkap. Tegenwoordig een commercieel succes bij het Moooi label van Marcel Wanders (met rechte kap).



[6.89] Jurgen Bey – ‘St Petersburg’ stoelen – 2003, voor het project ‘the Dutch Room’ in St Petersburg (bij de viering van het 300-jarig bestaan van de stad) werden antieke stoelen met polyester bekleed en bedrukt met een bloemenpatroon. Aan het plafond een rechte versie van de ‘Shade Shade’.



6.2 Ontwerpproblemen

Dat inpakken en samenvoegen van bestaande objecten is goed beschouwd ook het principe achter Tejo Remy's 'Chest of Drawers' [Figuur 6.86]. Verschillende vormen van transformatie en combinatie zien we op deze manier steeds weer terug in het tegendraads ontwerp, waarbij de kracht zit in de herkenbaarheid van de gebruikte voorwerpen. De oorspronkelijke functie van het getransformeerde of gecombineerde object zorgt daarbij voor de vaak vervreemdende associatie, zoals ook bij de wijnglazen die Peter van der Jagt gebruikte in de 'Bottoms-up' deurbel¹¹⁵.

Nog een bijzondere manier van transformatie maakte Jurgen Bey met zijn 'Lamp Shade Shade' [Figuur 6.88]. Door de halftransparante spiegelkap krijgt een bestaande kroonluchter een strak uiterlijk en een spannende gelaagdheid. Goed beschouwd is deze transformatie een elitaire variant op het appeltjesgroen schilderen van een oude stoel uit de kringloopwinkel, een principe dat ook vaker is toegepast in het tegendraads ontwerp [Figuur 6.87 en 6.89].

Piet Hein Eek gaat weer een stapje verder met het opwaarderende transformatieproces door bestaande en afgedankte deuren in verschillende kasten te verwerken [Figuur 6.90]. De deuren geven iedere kast zijn eigen karakter: 'Het doorleefde materiaal en de voormalige toepassing van elke deur vertellen hun eigen verhaal. [...] Ze zijn als bron van inspiratie opgenomen in de uiteindelijke kast, waardoor de ontwerpkeuzes transparant en begrijpelijk zijn.' (Fraser et al. 2007: p.44). De deur wordt de basis van de kast en tegelijk wordt de kast als een podium voor de deur. Op deze manier een gevonden object als uitgangspunt nemen en de rest van je ontwerp daarop baseren is een principe dat echter op zijn minst al veel ouder is dan het postmodernisme [Figuur 6.91].

¹¹⁵) Zie hoofdstuk 4.1, hieraan voorafgaande.

¹¹⁶) Zie ook hoofdstuk 4.1, hieraan voorafgaande.

¹¹⁷) Zie hoofdstuk 2.2, hieraan voorafgaande.



[6.90] Piet Hein Eek – ‘Kerkraamkast’ – 1994, onderdeel van een groter project waarbij een serie uiteenlopende tweedehands deuren tot verschillende kastontwerpen leidde. De serie afzonderlijke kasten ontstond vanaf 1992 en werd in 1996 in het Stedelijk Museum gepresenteerd.

[6.93] Axel Stumpf – ‘Kumpel II’ salontafel – 1986, Stumpf refereerde zelf al aan zijn werk als ontwerper met de term ‘collages maken’¹¹⁸ (Borngraeber & van der Geer 1986: p.23).



[6.91] Achille en Pier Giacomo Castiglioni – ‘Mezzadro’ kruk – 1955, postmodern ontwerp avant-la-lettre van de gebroeders Castiglioni. Functionalistisch in zijn minimale structuur, maar opgebouwd rondom het tractorzitje als ‘objet trouvé’. De broers hadden ook al eerder een kruk met een fietszadel als zitting bedacht.



[6.92] Rody Graumans – lamp ‘85 bulbs’ – 1993, de totale vorm van de kroonluchter wordt op een slimme manier opgebouwd rond standaard onderdelen. Met name de bol van kroonsteentjes zorgt voor een intrigerend functioneel ornament.



6.2 Ontwerpgrepen

De kruk-met-tractor-zitje van de Castiglioni broers is ook een soort combinatie readymade. Het tractorzitje is niet geabstraheerd, maar letterlijk overgenomen. Aan de andere kant is het zitje slechts een onderdeel van de kruk. Daarmee is het dus geen zuivere readymade meer, maar het gevoel van directe herkenbaarheid is hetzelfde. Deze directe herkenbaarheid speelde ook al een belangrijke rol in de ontwerpgreep ‘vormlust’ en zagen we verder terug in de al eerder besproken deurbel van Peter van der Jagt.

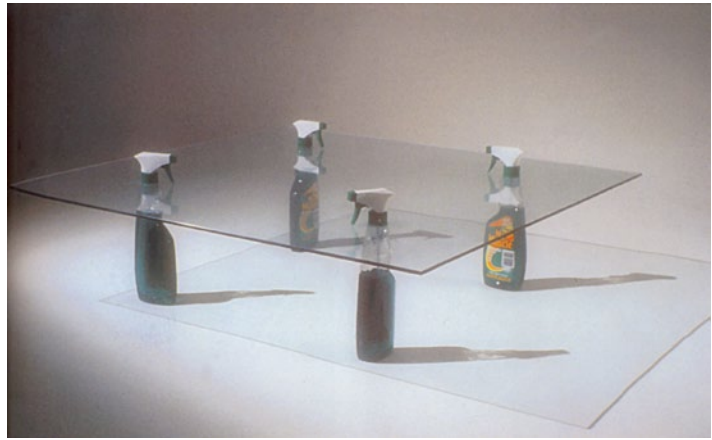
In deze ontwerpgreep is het opbouwen van ontwerpen met behulp van bestaande objecten de gemeenschappelijke noemer, of deze objecten nu getransformeerd of gecombineerd zijn en of ze nu het gehele product of slechts een deel beslaan. Het onderliggende principe is ook te vinden in een kroonluchter van Rody Graumans, de eerder aangehaalde salontafel van Axel Stumpf en een vergelijkbare salontafel van Maxine Naylor en Ralph Ball [Figuur 6.92 ; 6.93; 6.94]. Daarnaast pastte Gijs Bakker, een van de drijvende krachten achter het Nederlandse conceptueel ontwerp van de jaren negentig als mede-oprichter van Droog Design, de ontwerpgreep al eerder toe in zijn ‘Paraplulamp’ [Figuur 6.95]. Al deze objecten zijn steeds opgebouwd rond letterlijk overgenomen en daardoor maximaal herkenbare vormen.

Een laatste tegendraadse toevoeging aan deze ontwerpgreep is dat in het ‘do create’ project van reclamebureau Kesselskramer¹¹⁹, de consument zelf wordt opgeroepen om met readymades aan de slag te gaan [Figuur 6.96].

¹¹⁸) Zie hoofdstuk 2.3, hieraan voorafgaande.

¹¹⁹) Zie hoofdstuk 4.3, hieraan voorafgaande.

[6.94] Maxine Naylor en Ralph Ball – ‘Transparent table’ – 1997, een samengestelde readymade die net als de parkbank van Bey metaforisch erg slim in elkaar zit: ‘The legs - glass cleaning bottles - support and maintain the glass top. Glass tops are often a pretext for the display of legs. Here the legs ensure their own visibility. Mr Muscle is the ‘clear’ choice for the cleaning bottle brand because of the name’s implied supporting leg strength.’ (Naylor & Ball 2005: p.67).



[6.95] Gijs Bakker – ‘Paraplulamp’ – 1983, net als bij de ‘Mezzadro’ vormt de readymade paraplu de basis van het ontwerp.

[6.96] 5.5 Designers – ‘do screw’ – 2006, het met schroefdraad uitgeruste bestek en glas moest door de consument zelf van een handvat of voetstuk worden voorzien.



6.2 Ontwerpgrepen



[6.97] Meret Oppenheim – ‘Squirrel’ – 1969, een adaptatie van haar beroemde met bont bekleedde theekopje (zie figuur 5.3), waarbij het handvat van bont niet alleen een compleet afwijkende vasthoud-ervaring suggereert, maar het geheel ook tegelijk op een eekhoorn doet lijken.



[6.98] Ulrike Holthofer en Axel Kufus – ‘Blue Armchair’ – 1984, gemaakt van een tweedehands stoel en de borstels van een autowasserette.



[6.99] Des-in (Jochen Gros) – ‘Tire Sofa’ – 1974, hier kwam het afwijkende materiaalgebruik in eerste instantie voort uit het idee om materiaal her te gebruiken. De speciale uitstraling die hierdoor ontstond staat vervolgens lange tijd symbool voor ecologisch verantwoord ontwerp, hoewel de werkelijke bijdrage aan het milieu vaak discutabel is (Bürdek 1996: p.57).



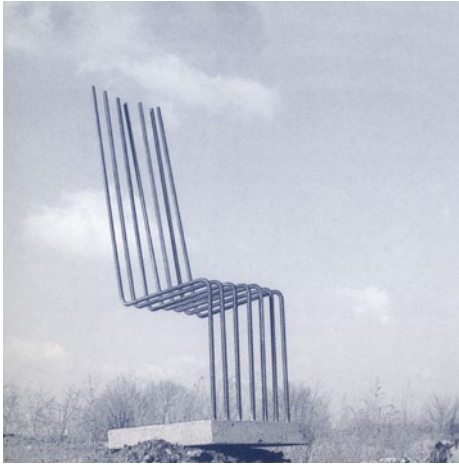
[6.100] Ron Arad – ‘Concrete Stereo’ – 1985, ironisch bedoeld commentaar op de gebruikelijke zwarte-dozen vormgeving van stereo-apparatuur.

6.2 Ontwerpgrepen

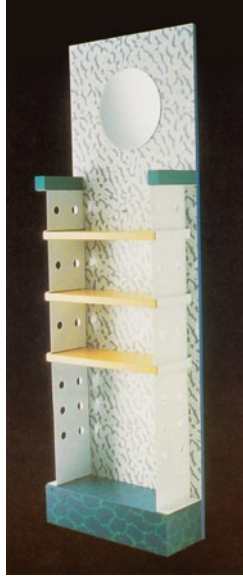
6.2.5 Ontwerpgreep 5; afwijkend materiaalgebruik

De laatste tegendraadse ontwerpgreep is wel het meest recht-toe-rechtaan: maak een object van een materiaal waarvan het normaliter nooit gemaakt wordt. Het ongewone materiaal is daarbij het liefst een ordinair materiaal, maar extreem kostbaar kan ook. Met name Droog Design is er groot mee geworden, maar ook deze ontwerpgreep zagen we al eerder bij de surrealisten [Figuur 6.97]. Het ordinaire en goedkope materiaalgebruik zien we voornamelijk bij de punk en het Neue Design uit de jaren tachtig, veelal in navolging van de eerste ideeën over recycling en milieuvriendelijkheid van de Duitse groep Des-in [Figuur 6.98 en 6.99].

Het principe is vergelijkbaar met de andere ontwerpgrepen omdat het ook gebruikt maakt van de herkenbaarheid van het materiaal en de vervreemding die ontstaat door de verandering van de context. Deze verandering van de context is bijvoorbeeld zichtbaar in de ontwerpen van Ron Arad, Heinz Landes en Stiletto, waarbij een ruwe vorm van beton en het bijbehorende betonijzer worden verplaatst van de bouwplaats naar de woonkamer [Figuur 6.100; 6.101; 6.102].



[6.101] Heinz Landes – ‘Solid’ stoel – 1985, een achterpootloze buisstoel, maar dan even anders. Is net als de ‘Concrete Stereo’ van Ron Arad een object uit ruw en goedkoop beton en betonstaal.

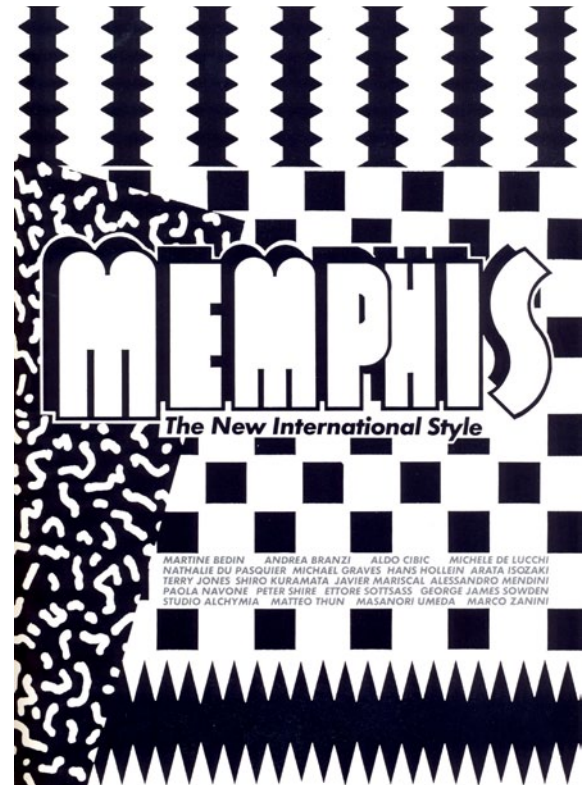


[6.103] Nathalie du Pasquier – ‘Coral’ kast – uit de Memphis collectie van 1984, uitgevoerd in metaal en laminaat [Figuur 6.105].



[6.102] Stiletto Studio's – Bestek – 1986, gemaakt uit wapeningsstaal voor beton.

[6.105] Ettore Sottsass en Christoph Radl – ABET Decorative Laminates – 1979-1983, de uitbundige patronen werden een van de belangrijkste stijlkenmerken van de Memphis groep. Behalve voor laminaat werden de patronen ook gebruikt in grafisch werk [Figuur 6.104] en bij tapijntontwerpen voor de Poortere (Sottsass et al. 1988: p.64).



[6.104] Peter Shire – Boekomslag – 1981, van uitgever Electa, met een collage van Memphis patronen.



Het interessantst is deze ontwerpgreep als het afwijkende materiaalgebruik niet alleen commentaar geeft op de betekenis van het ontwerp, maar ook een functionele component in zich draagt. Dit principe van augmented-postmodernism zien we bijvoorbeeld bij de 'Knotted Chair' van Marcel Wanders¹²⁰, waarbij de geknoopte aramide-vezel niet alleen een verrassende verwijzing naar het macramée van de jaren zeventig herbergt, maar de stoel ook bijzonder licht van constructie maakt.

6.2 Ontwerpgrepen

Hetzelfde effect zien we bij de decoratieve Memphis meubels uit de jaren tachtig, waarbij de veelvuldige toepassing van laminaat niet alleen de mogelijkheid gaf voor de toepassing van felle decors, maar de meubels ook slijtvast maakte [Figuur 6.103; 6.104]. Het gebruik van het 'goedkope' laminaat, vaak met wilde patronen, was een deel van het handelsmerk van Memphis geworden (Radice 1984; Horn 1986) [Figuur 6.105]. Fabrikant ABET speelde hier vervolgens handig op in door het materiaal op te waarderen van goedkoop afwerkmateriaal tot sexy design item [Figuur 6.106], maar de firma werkte daarvoor ook al samen met de postmodernistische ontwerpers [Figuur 6.107].

¹²⁰) Zie hoofdstuk 4.1, hieraan voorafgaande.

Più Glasnost, più Diafos.

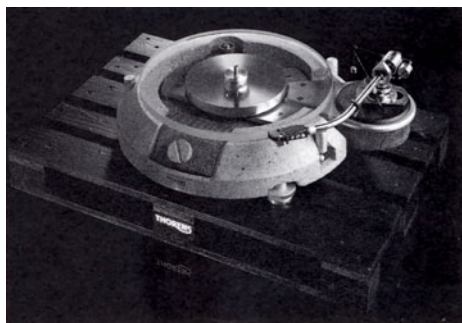


Più trasparenza. Finalmente, anche nei laminati. Oggi esiste Diafos, il laminato trasparente e impermeabile della Abet Laminati, premiato con il Compass d'Oro 1987. Il Diafos non è altro che un sistema brevettato di decorazione a strati. Alcuni possono essere attraversati dalla luce, altri offrono una profondità con aspetti tridimensionali. I laminati Diafos, sono pratici e resistenti, sono ideati per il mondo, così come il mondo dei laminati.

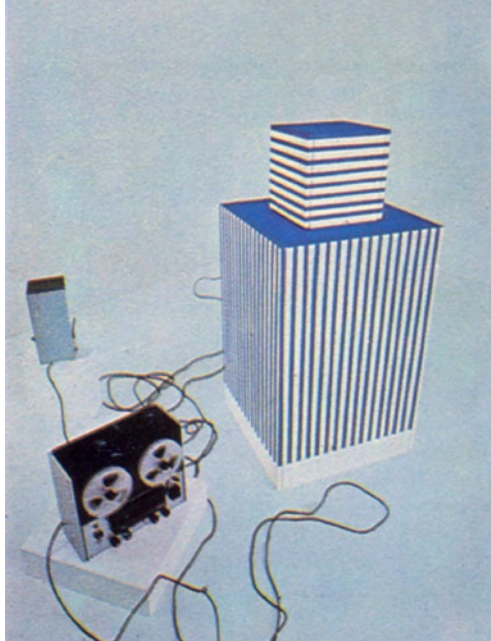
Abet Laminati s.p.a. - Viale Industria, 21 - 13042 - Bra - Italia - Tel. 0172-4295 - Telex 330228 Fax 0172-429159

ABET LAMINATI

[6.106] ABET laminati – 'Più Glasnost, più Diafos'¹²¹ – 1987, advertentie voor het nieuw ontwikkelde, half doorzichtige laminaatmateriaal 'Diafos'.



[6.108] André Riemens – Thorens 'Concrete' platenspeler – 1987, de hoge dichtheid en energie-absorptie van beton zorgen voor superieure stabiliteit van het draaiplateau.



[6.107] Ettore Sottsass – 'Laminate Furniture' – 1967, Sottsass experimenteerde al eind jaren '60 met gedecoreerd laminaat om iconische kasten mee te vervaardigen: 'Domus published a range of furniture by Ettore Sottsass Jr. that resembled isolated menhirs standing in empty rooms, amidst the rarefied traces of what had once been traditional domestic functionality. (Branzi 1984: p.55). In 1971 werden de prototypes door ABET uitgevoerd voor de tentoonstelling *Italy: The New Domestic Landscape. Achievements and Problems of Italian Design* in het Museum of Modern Art in New York in 1972 (Ambasz et al. 1972).



[6.109] Dick van Hoff – wasbak voor Droog Design van geïmpregneerd vilt – 1996, het vervreemdende zit hem in het gebruik van een zacht materiaal voor iets wat altijd hard is. De vorm van het object blijft dicht bij het 'origineel': 'Van Hoff wants to design in a way that keeps as closely as possible to the function and to the production process. An object should remain recognisable for the user' (Teunissen & van Zijl 2000: p.54).

Het functionele aspect is niet altijd door de ontwerper zo bedoeld, maar kan wel leiden tot nieuwe inzichten. In het geval van Ron Arad's *Concrete Stereo* zien we het als ironisch commentaar bedoelde materiaalgebruik terug in een nieuwe functionele toepassing bij de 'Concrete' platenspeler van high-end fabrikant Thorens [Figuur 6.108].

6.2

Ontwerpproblemen

Uitgangspunt is steeds dat door het afwijkende materiaalgebruik het eindresultaat ook anders is dan bij verwante producten die uit een gangbaar materiaal gemaakt zijn. Het afwijkende materiaal heeft immers ook afwijkende eigenschappen die vervolgens andere eisen stellen aan de manier van produceren of andere vormvrijheden of -bepkeringen geven. Dit zien we behalve bij de stoel van Marcel Wanders ook sterk terug bij de vilten wastafel van Dick van Hoff en de deels uit porselein opgetrokken kasten van Jeanine Keizer en Piet Hein Eek [Figuur 6.109 en 6.110]. De wasbak van van Hoff speelt met het contrast tussen hard en zacht en is daarmee, zoals zoveel tegendraadse ontwerpen, schatplichtig aan de kunst: in dit geval de popart-objecten van Claes Oldenburg uit de jaren zestig [Figuur 6.111]. Ook Daniel Weil maakt van deze metafoor gebruik als hij radio-onderdelen in een zakje verpakt om de elektronica zichtbaar te laten zijn [Figuur 6.112]. Dit laatste ontwerp maakt ook de ambigue houding van het tegendraads ontwerp tegenover functionaliteit weer zichtbaar. De slappe behuizing is weinig functioneel omdat hij nauwelijks meer bescherming biedt voor de elektronica binnenin. Aan de andere kant nodigt de radio op deze manier wel uit tot nieuwe vormen van mens-product-interactie; de radio is gewoon dubbel te vouwen als hij niet in tas of jaszak past.

¹²¹⁾ 'Glasnost' verwijst naar de toen vernieuwende politieke lijn van Sovjet-leider Michael Gorbatsjov die gericht was op meer 'transparantie'.



[6.110] Jeanine Keizer en Piet Hein Eek – 'Pilaarkasten' – 1995, door Jeanine Keizer gemaakte keramische elementen vormen de ruggengraat van boekenkasten uit het atelier van Peit Hein Eek. De elementen worden door het materiaalgebruik vanzelf decoratief omdat ze meer aan bloemenvazen doen denken dan aan constructiedelen.



[6.111] Claes Oldenburg – 'Soft Washstand (ghost version)' – 1965, tijdens de hoogtijdagen van de Popart werden allerlei hedendaagse voorwerpen tot kunstobjecten getransformeerd. Oldenburg herschiep een hele serie huiselijke voorwerpen in slappe versies, tot een compleet drumstel aan toe (Livingstone et al. 1994: p.108).

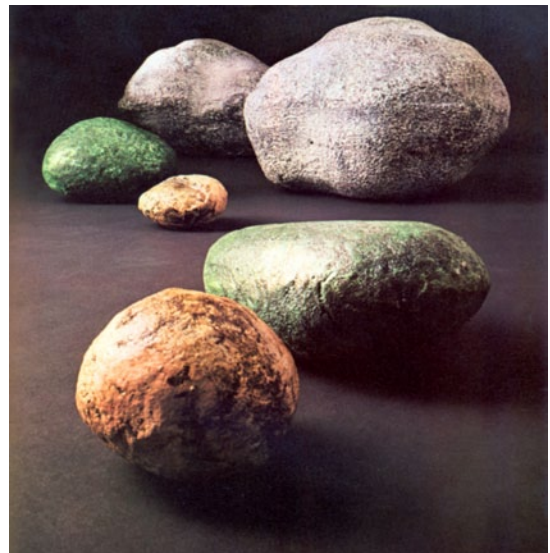


[6.112] Daniel Weil – radio – 1981, de slappe variant op de gebruikelijke glimmend zwarte elektronica behuizing diende ook om de componenten te laten zien.

[6.114] Piero Gilardi – 'I Sassi' (de rotsen) – 1967, zitobjecten van polyurethaan, van 1967 tot 1976 geproduceerd door de Italiaanse firma Gufram.



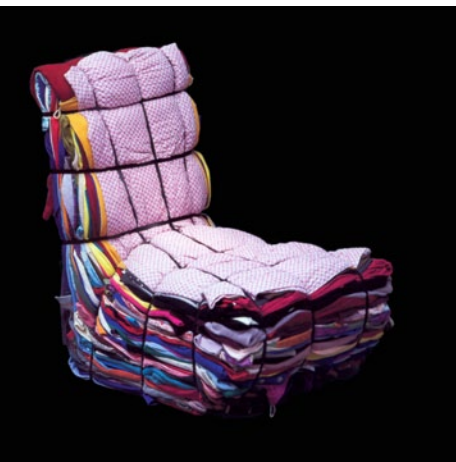
[6.113] Volker Albus – 'Römerberg' zitobjecten – 1987-1988, hier is de ontwerpgreep uitgebreid tot een hele studie naar robuuste en industriële materialen. Het uitgangspunt -de materialen in een andere, vervreemdende context presenteren- en de uitwerking daarvan zijn verwant aan het eerdere 'I Sassi' [Figuur 6.114].



In de meeste gevallen werkt het ongebruikelijke materiaalgebruik als trigger voor een dieper liggende betekenis van het object. Daniel Weil deed dit met zijn radio letterlijk door het binnenste van het apparaat bloot te leggen. De ontwerpers van het Neue Design fabriceerden met het gebruik van goedkoop beton en afvalmateriaal een meer figuurlijk commentaar op de 'gelikte' consumptiemaatschappij [Figuur 6.113]. Bij het laminaat in de Memphis collectie ging het vooral om de decoratieve mogelijkheden van het felgekleurde laminaat, maar was het daarnaast ook de bedoeling om het goedkope materiaal (ten opzichte van echt hout en leer) salonfähig te maken (Radice 1984: pp.35-36).

Bij het conceptueel design van de jaren negentig werd het goedkope materiaalgebruik vaak onderdeel van het milieuvriendelijke imago van de producten [Figuur 6.115; 6.116; 6.17]. Meestal kwam het goedkope materiaal overigens niet tot uitdrukking in de prijs van de objecten, die vaak in kleine series werden gemaakt en als kunstvoorwerpen in design-galeries werden verkocht.¹²²

¹²²) Net als bij hun voorgangers van Memphis, Alchymia, het Neue Design en de surrealisten. Zie ook hoofdstuk 2.1 en hoofdstuk 4.3, hieraan voorafgaande.



[6.115] Tejo Remy – ‘Rag Chair’ voor Droog Design – 1991, de Tire Sofa revisited¹²³, al werd hier niet eens meer echt gebruik gemaakt van lopen. De recycling werd alleen maar gesuggereerd (Drukker 2007). Post-modernisme ten top dus, als de uitvoeringvorm alleen nog maar symbolisch is.



[6.116] Andreas Möller – ‘Boll Box’ voor Droog Design – 1994, misschien het ultieme goedkope materiaal; een verpakking van gedroogde mest. Voordeel is dat de bloembol met verpakking en al de grond in kan. ‘The idea is to sell the Dutch manure surplus to tourists’ (Ramakers et al. 2006: p.106).



[6.117] Philippe Starck – ‘Jim Nature’ – 1994, draagbare televisie voor Thomson Consumer Electronics, met een milieuvriendelijk lijkende behuizing van geperste houtsnippers.

[6.118] Alessandro Mendini – ‘Coffee Piazza’ – 2003, ontworpen voor het project ‘Thee & Koffietorens’ van Alessi.¹²⁴ De theepot lijkt gesneden uit een massief stuk boomstam.



[6.119] Richard Hutten – ‘Bronto’ kinderstoelen – 1996, Hutten zelf: ‘For this chair I specially build a rotation molding machine. Unlike in industry we used thermohardening plastics, and therefore were able to use different types of plastic for one chair. The pattern on the surface is the result of the process, uncontrollable and therefore making every chair unique.’ (Hutten et al. 2006: p.202).



6.2 Ontwerpproces

In veel gevallen krijgt het object door zijn afwijkende materiaalgebruik ook een zweem van authenticiteit of uniciteit, zoals bij de stoeltjes van Richard Hutten die door het bij het materiaal horende low-tech productieproces telkens net iets anders worden [6.119] of de koffiekant van Alessandro Mendini die door een bosarbeider met eindeloze toewijding uit een massief stuk hout lijkt te zijn gegutst [Figuur 6.118]. Dat laatste is overigens bij dit prototype voor het demonstratieproject van Alessi ook echt het geval geweest (Mendini et al. 2003: p.183). Dit authenticiteits-effect is ook bij de sloophouten kasten van conceptueel ontwerper Piet Hein Eek uiteindelijk belangrijker dan het vaak aangehaalde aspect van milieuvriendelijkheid¹²⁵ (Fraser et al. 2007: pp.11-12) [Figuur 6.120].

¹²³) Zie figuur 6.99, hieraan voorafgaande.

¹²⁴) Een reprise van het beroemde 'Tea & Coffee Piazza' project uit 1983. Zie ook hoofdstuk 3.1, hieraan voorafgaande.

¹²⁵) Het succes van Eek heeft er vooral toe geleid dat de prijzen van sloophout, dat in de bouw toch al veelvuldig opnieuw gebruikt werd, behoorlijk zijn gestegen.



[6.120] Piet Hein Eek – ‘Sloophoutenkasten’ – 1990, het eerste werk van Piet Hein Eek, gemaakt voor zijn eindexamen op de Design Academy. Het werd later opgenomen in de eerste presentatie van Droog Design in Milaan¹²⁶. Het sloophout geeft de relatief strakke kasten een authentiek doorleefd uiterlijk. Maar dat wordt niet altijd goed begrepen: ‘Het Piet Hein Eek-dressoir op de tussenverdieping ontlokte de moeder van Ton Coenen [eigenaar van het betreffende dressoir - WE] de spontane reactie: “Waarom maakt nu niemand die kast even af?”’ (Eigen Huis & Interieur 2006).



[6.121] Hella Jongerius – ‘Fragile Bottles’ – 2000, de flessen bestaan uit een glazen- en een keramieken gedeelte, op zich niet zo raar, maar ze worden bij elkaar gehouden door plakband.

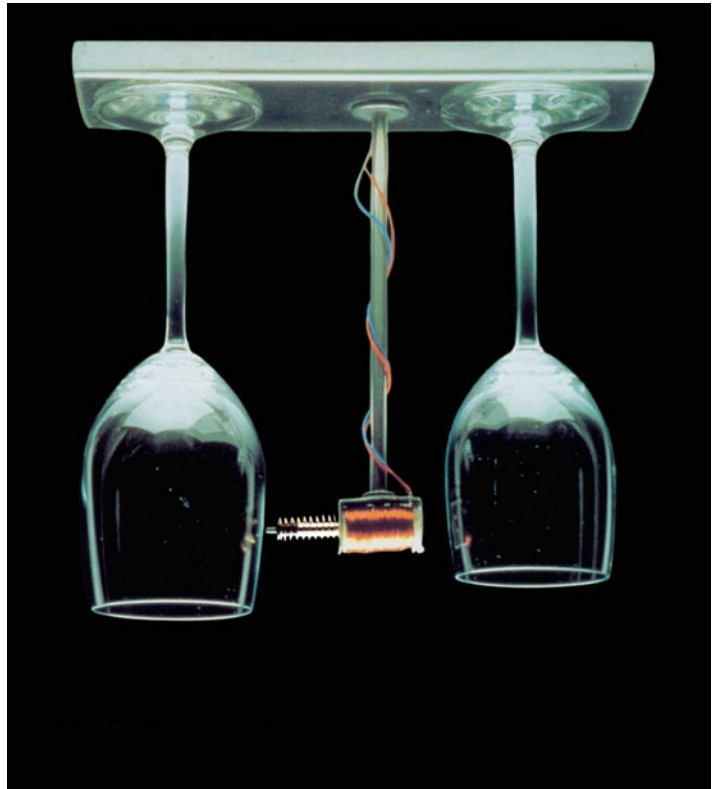
[6.122] Hella Jongerius - Kan uit de serie ‘Delft Blue B-set’ - 2001, porselein met een bronzen handvat, vastgezet met tie-wraps.



In alle gevallen gaat het bij deze ontwerpen niet zozeer om de functionele eigenschappen van het materiaal, maar om de associaties die het materiaal oproept [Figuur 6.121 en 6.122] . Ook dit volgt de constatering dat bij het tegendraads ontwerp het product niet gezien moet worden als een bundel functionaliteiten, maar als een verzameling betekenissen.

6.2 Ontwerpgrepen

¹²⁶⁾ In 1993, zie hoofdstuk 4.1, hieraan voorafgaande.



[6.123] Peter van der Jagt – ‘Bottoms-up’ deurbel – 1993, de functionaliteit als deurbel is onhandig uitgewerkt; een groot en lastig te monteren object, moeilijk schoon te maken en kwetsbaar. De betekenis van de twee kristallen glazen in termen van herkenbaarheid is echter groot.

6.3 Twee kenmerken

6.3 Twee gemeenschappelijke kenmerken

Het voorgaande overziende, kunnen we constateren dat er twee aspecten kenmerkend zijn voor het tegendraads ontwerp in het algemeen en de vijf ontwerpgrepen in het bijzonder. Deze aspecten, waarmee het tegendraads ontwerp zich nadrukkelijk onderscheidt van zijn functionalistisch georiënteerde tegenhangers zijn te formuleren als; *functionaliteit is iets anders dan bruikbaarheid* en *iets bekends in een andere context plaatsen levert iets nieuws op*.

6.3.1 Functionaliteit is iets anders dan bruikbaarheid

In hoofdstuk 2.1 zagen we al dat Ettore Sottsass een boekenkast maakte waar je nauwelijks boeken in kunt zetten¹²⁷ en Philippe Starck een citruspers ontwierp waar je geen sinaasappelsap mee kunt maken¹²⁸. Sottsass en Starck losten dit op door hun werk respectievelijk ‘room divider’ en ‘conversation piece’ te noemen. Met andere woorden: de ontwerpen waren helemaal niet bedoeld als ‘boekenkast’ en ‘citruspers’¹²⁹. Eigenlijk zijn het ‘communicatiemiddelen’¹³⁰, vermomd als een boekenkast en een citruspers. De primaire functie van het object is niet meer ‘het bruikbaar zijn als’ een bepaald product, maar ‘het communiceren van’ een bepaalde betekenis. De *utility* factor van de objecten is kennelijk geminimaliseerd ten gunste van een hoge *significance* [Figuur 6.123].

In de introductie (hoofdstuk 1.2 Vorm-geven) hebben we al geconstateerd dat het concept van functionaliteit, zoals door het modernisme uitgelegd als ‘functionele bruikbaarheid’ te beperkt geworden is voor de ontwerppraktijk in een postmoderne maatschappij. Door nogmaals gebruik te maken van de SCOT theorie van Bijker (1999), kunnen we hier

¹²⁷⁾ Zie hoofdstuk 2.1, hieraan voorafgaande.

¹²⁸⁾ Zie hoofdstuk 3.1, hieraan voorafgaande.

¹²⁹⁾ Eerlijkheidshalve moet gezegd worden dat Starck zijn “conversation piece” verhaal waarschijnlijk pas bedacht nadat de kritiek op de bruikbaarheid van zijn object aanhield.

¹³⁰⁾ In de zin van Crilly’s communication framework: het object als boodschapper tussen ‘designer intent’ en ‘consumer response’. Zie hoofdstuk 6.2, hieraan voorafgaande.



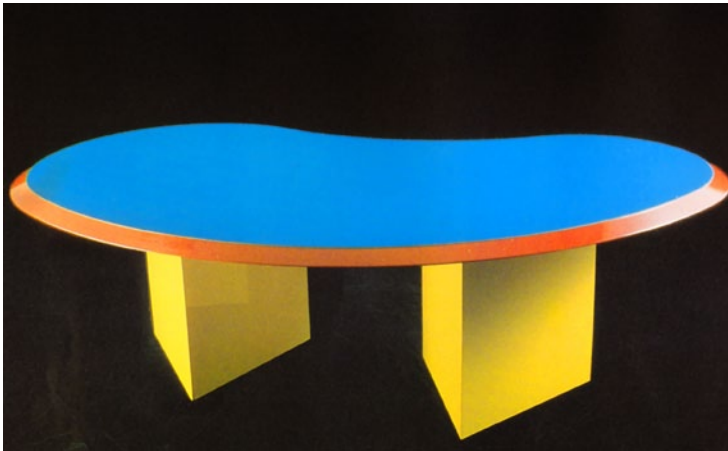
[6.124] 'Riders round a corner on Penny Farthing bicycles at the National Championships in Evandale Tasmania February 2008' – De hoge bi, of Penny-farthing in het Engels, was bij uitstek geschikt om de moed van de berijder te tonen, en niet zozeer handig als vervoermiddel.

6.3 Twee kenmerken

nu een nieuwe invulling aan geven. In zijn boek *Of Bicycles, Bakelites, and Bulbs; Toward a Theory of Sociotechnical Change* ontvouwt Bijker aan de hand van een aantal historische case-studies een theorie over de 'Social Construction of Technology'. Hierbinnen hanteert hij het begrip 'Relevant Social Group', hetgeen betekent dat nieuwe ontwikkelingen niet altijd voor iedereen 'functioneel' zijn, maar alleen voor een beperkte groep mensen met dezelfde kenmerken die ontvankelijk zijn voor de desbetreffende vernieuwing. Zo toont hij aan dat de aanvankelijk behoorlijk onhandige en gevaarlijke hoge bi -de fiets met een heel groot, direct aangedreven voorwiel - lang kon blijven bestaan omdat zij haar sportieve berijders de mogelijkheid bood om de stoere man uit te hangen [Figuur 6.124]. De eigenlijk al eerder ontworpen safety-bike met kettingaandrijving brak pas later door toen zij een alternatief bleek voor vrouwen en ouderen -andere sociale groepen dus- om ook plezierig te kunnen fietsen.

In die zin kun je zeggen dat een stoel waar je niet op kunt zitten toch functioneel kan zijn, omdat zij voor een relevante sociale groep misschien als een kunstwerk fungeert (of als een manier om te laten zien dat men goede smaak heeft of een boel geld heeft te besteden). Functionaliteit moet daarbij dus altijd gezien worden vanuit de relevante gebruikersgroep. Dit sluit aan op de visie van Forty, die in 1986 in zijn boek *Objects of Desire* concludeert: 'No design works unless it embodies ideas that are held in common by the people for whom the object is intended.' (Forty 1995: p.245). De rol van de ontwerper ziet Forty hierin als het -letterlijk- vormgeven aan de ideeën en associaties die al in het cultureel kapitaal van de maatschappij aanwezig zijn: 'design turns ideas about the world and social relations into the form of physical objects.' (Forty 1995: p.245). En eerder: 'any painting, film, book or building contains ideas about the nature of the world, ideas which exist in other minds apart from that of the artist, author or designer, but which are mediated through his or her ability to conceive a form or means of representation.' (Forty 1995: p.243).

Bij de genoemde objecten van Sottsass en Starck en bij vrijwel alle andere tegendraadse ontwerpen die in deze studie naar voren zijn gekomen, is hetzelfde aan de hand. Ondanks dat door het tegendraadse ontwerp de primaire gebruiksfunctie in de verdrinking komt, is de secundaire



[6.125] Arquitectonica – 'Madonna' tafel – 1984, voor de Memphis collectie van 1984 ontwierp dit architectenbureau uit Miami een tafel als de nier-vormige zwembaden uit de Amerikaanse vijftiger-jaren hotel-architectuur (Horn 1986: p.64).

functie als betekenisgever voor een relevante gebruikersgroep belangrijk genoeg om hier overheen te stappen. Ten tijde van de doorbraak van het postmodernisme kon men daar nog cynisch over doen: ‘With these [*Memphis-tables - WE*], we enter the realm pinpointed by English design historian Penny Sparke, in which semiuseless furniture meets the needs of no one but “rich pop stars and fashion designers who can afford to indulge in their fantasies” (Sparke 1983, gecit.in: Horn 1986: p.60) [Figuur 6.125].

6.3 Twee kenmerken

Inmiddels hebben we in onze westerse samenleving echter een mate van welvaart bereikt waardoor het voor bijna iedereen is weggelegd om fantasieën te verwezenlijken. Door de functionaliteit van een product niet meer alleen te zien als de bruikbaarheid van een product, maar bewust breder in te zetten, hebben de tegendraadse ontwerpers geholpen die fantasieën in te vullen.



[6.126] Marcel Duchamp – 'Fontijn' [Fuente] – 1917
(remake uit 1964).

6.3 Twee kenmerken

6.3.2 Iets bekends in een andere context plaatsen levert iets nieuws op

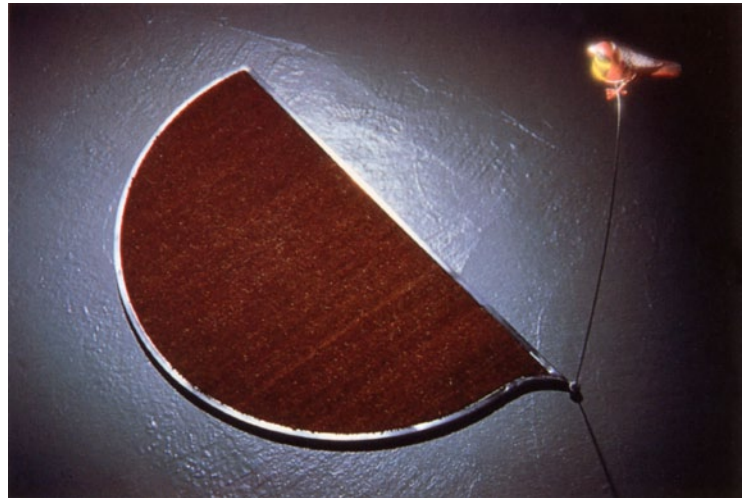
Van de surrealisten en conceptueel ontwerpers hebben we kunnen leren dat een object een andere betekenis krijgt als de context wordt veranderd. Werner Spies stelt naar aanleiding van de objecten van Meret Oppenheim: ‘The operations to which Oppenheim subjected things arose the viewer’s suspicion, sharpened his hermeneutic senses. The short-circuiting of logic that occurred when incompatible things and concepts were brought together supplied the energy for the emotional vision which Surrealism attempted to set free.’ in (Bhattacharya-Stettler et al. 2007: p.22). Gwendolyn Ristant stelt het nog duidelijker naar aanleiding van het Duitse ‘Neue Design’ uit de jaren tachtig: ‘This is one of the keynotes of “New Design”, the presentation of familiar things in an unfamiliar light, so that irritation will allow us to gain a new experience of objects.’ (Erlhoff et al. 1990: p.209).

Danto beargumenteert in *The Transfiguration of the Commonplace* vanuit de readymades van Marcel Duchamp en Andy Warhol, dat door de ‘alledaagse objecten’¹³¹ in het museum te brengen, deze hun eigenschappen gaan delen met de kunstwerken uit hun nieuwe omgeving (Danto 1981: pp. 92-96). Op deze manier gaan de objecten zich onderscheiden van hun tegenhangers in de supermarkt, alhoewel ze fysiek op geen enkele manier van elkaar verschillen. Door de objecten in een andere context te plaatsen, veranderen de objecten zelf doordat er op een andere manier naar gekeken wordt en doordat ze daardoor ook anders beoordeeld worden. De gewoontes, associaties en normen en waarden van de ‘kunstwereld’ worden geprojecteerd op ‘Fuente’ en de ‘Brillo Box’¹³², terwijl tegelijkertijd de associaties die urinoirs en verpakkingsdozen oproepen worden geprojecteerd op de kunstwereld: ‘As a work

¹³¹) Danto noemt dit ‘commonplace objects.’

¹³²) Zie paragraaf 6.1.4, hieraan voorafgaande.

[6.127] Denis Santacharia – ‘Cicalino’ deurmat – 1992, met
tsjilpend vogeltje dat je ‘verwelkomt’ bij het voeten vegen.



[6.128] Wouter Eggink en JW Drukker – Pastiche op ‘La
trahison des images’ (1928-1929) van René Magritte – 2010,
Magritte schreef ‘dit is geen pijp’ omdat het schilderij een
afbeelding van een pijp is. Maar ook het afgebeelde object
zelf is geen pijp; in de getoonde context is het een “mond-
kandelaar”!



of art, the Brillo Box does more than insist that it is a brillo box under surprising metaphoric attributes. It does what works of art have always done - externalizing a way of viewing the world, expressing the interior of a cultural period, offering itself as a mirror to catch the conscience of our kings.' (Danto 1981: p.208) [Figuur 6.126].

6.3 Twee kenmerken

Door alledaagse objecten in een nieuwe context te plaatsen, wordt ons geleerd om op een nieuwe manier naar de dingen te kijken. De nieuwe context kan hierbij niet alleen gegeven worden door een complete omgeving, maar ook deels door andere objecten, zoals we gezien hebben bij de samengestelde readymades. De deurmat met een zingend vogeltje van Denis Santachiara bijvoorbeeld [Figuur 6.127], geeft de gebruiker zowel een nieuw bewustzijn van het vogeltje waar hij ineens zo nadrukkelijk mee geconfronteerd wordt, als een nieuwe kijk op de deurmat. Die laatste wordt door de toevoeging van het vogeltje van anoniem object getransformeerd in een actief object. De gebruiker wordt bewust gemaakt van de handelingen bij het binnenkomen; het voeten vegen wordt een 'experience'.

Mildred Constantine en Arthur Drexler constateerden al: 'The emotional content we associate with any object depends on more than the object alone. Hidden associations may be revealed when one object is related to another, or otherwise taken out of its familiar context, or when even a single detail is removed or altered. If the resulting visual metaphor is sufficiently powerful, even the most ubiquitous artifact may be transformed into an object of emotional rather than practical utility'. (Constantine & Drexler 1966: p.6). De kracht van de herkenbaarheid van de dingen ligt uiteindelijk niet in de dingen zelf, maar in de betekenis van de objecten *in de context waarin ze geplaatst worden*. Terugkijkend kunnen we zeggen dat René Magritte helemaal gelijk had toen hij een pijp schilderde en erbij schreef 'Ceci n'est pas un pipe'. We weten nu echter dat dat niet alleen komt omdat het een *afbeelding* van een pijp is, maar ook omdat het afgebeelde *object zelf* pas een pijp wordt *als je het als een pijp gebruikt* [Figuur 6.128].



[6.129] Charles en Ray Eames – ‘Lounge Chair’ – 1956, als design-klassieker tegenwoordig hét archetype van de comfortabele stoel.



[6.130] Maxine Naylor en Ralph Ball – ‘Stack of One’, prototype – 2003, experimentele stoelvorm uit de publicatie *Form Follows Idea; An introduction to Design Poetics*. Het project was eerst getiteld ‘The Incomplete History of Stacking Chairs’ (Naylor & Ball 2005: p.99). Goedbeschouwd is dit een exemplarisch tegendraads ontwerp: de samengestelde readymade (ontwerpgreep 4) is opgebouwd uit herkenbare elementen, zet zich af tegen de eenvormigheid van de modernistische stoelen waaruit hij is samengesteld én is niet functioneel in de zin van bruikbaarheid, aangezien je er niet op kunt zitten.

6.4 Conclusie

6.3 Conclusie

Het is gepast om hier nogmaals Michael Erlhoff aan te halen: ‘in other words, design does not have to compensate for the technical shortcomings of the products (which they since no longer have), but rather for the psychological shortcomings of human beings or of society itself. Nowadays, beholders or users demand of objects that they display qualities they cannot possibly have: identity, individuality, the meaning of life, the fulfillment of the widest range of wishes and cravings. The concept of function has suddenly undergone boundless expansion.’ (Erlhoff et al. 1990: p13).

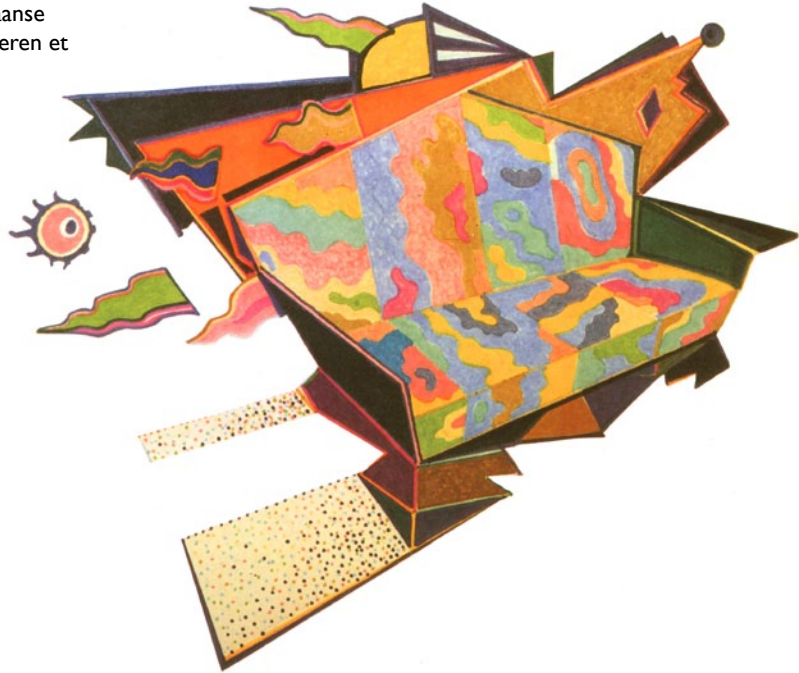
Als we dit uitgangspunt verbinden met Csikszentmihalyi (2007), aangehaald in de introductie, die stelt dat de emotionele binding met producten niet bepaald wordt door het product zelf, maar door de betekenis die de gebruiker/bezitter eraan geeft, kun je concluderen dat je bij het ontwerp van een product dus moet zorgen dat het object die particuliere betekenisgeving door de gebruiker als het ware ‘faciliteert’. Het ontwerp moet het mogelijk maken dat de gebruiker een betekenis aan het object verbindt; teneinde via het object een invulling te kunnen geven aan ‘the widest range of wishes and cravings’. Voor het uitwerken van dit idee moeten we ons verder verdiepen in de mens-product relaties. Peter Paul Verbeek (2000) schrijft dat een product zelf altijd voor een deel bepaalt hoe er tegen het product aangekeken wordt en dat een product in zekere zin ook zelf vastlegt hoe het gebruikt wordt. Dit laatste noemt hij ‘scripting’. Het product bevat als het ware een eigen verhaal, dat de gebruiker in staat stelt of soms zelfs dwingt om het op een bepaalde manier te gebruiken. Zo dwingt het interne script van een verkeersdrempel de automobilist om langzaam te rijden. In minder



[6.131] Rober Venturi – ‘the Village’ – 1988, koffieservies voor de Amerikaanse firma Swid Powell. ‘Het melkkannetje is een klein palazzo uit Florence of Venetië. De suikerpot is een eenvoudig landhuisje. De koffiepot is een Toscaanse torre, zoals nog te zien is in San Gimignano.’¹³³ (Kolsteren et al. 1998: p.28).



[6.132] Salvador Dalí – ‘Aphrodisiac Telephone’ – 1936.



[6.133] Alessandro Mendini – ontwerpschets voor ‘Kandissi Sofa’ – 1978.

6.4 Conclusie

verregaande mate kan een product bepaald gebruik aanmoedigen (Verbeek noemt dit invitatie) of bepaald gebruik tegengaan (inhibitie). Een verrekijker maakt het bijvoorbeeld mogelijk om meer te zien doordat het de werkelijkheid vergroot en dichterbij haalt (invitatie), maar heeft tegelijkertijd het effect dat je minder overzicht hebt omdat het letterlijk een soort tunnelvisie genereert. De verrekijker gaat het hebben van overzicht dus tegen (inhibitie). Een kaart heeft het tegenovergestelde effect, je hebt overzicht maar je ziet geen details meer. Het interne script van een product bepaalt dus ook hoe we tegen de werkelijkheid aankijken. Een luie stoel nodigt ons uit eens lekker onderuit te hangen, maar maakt het moeilijk om netjes aan tafel te eten [Figuur 6.129]. Een postmoderne stoel is soms lastig om op te zitten, maar maakt het makkelijker om te lachen of je te verwonderen [Figuur 6.130].

Juist deze laatste aspecten zijn voorbeelden van de elementen waar we naar op zoek waren voor het huidige productontwerp, waarin, zoals in de introductie gesteld is, de primaire functievervulling als onderscheidende factor steeds minder belangrijk is geworden.

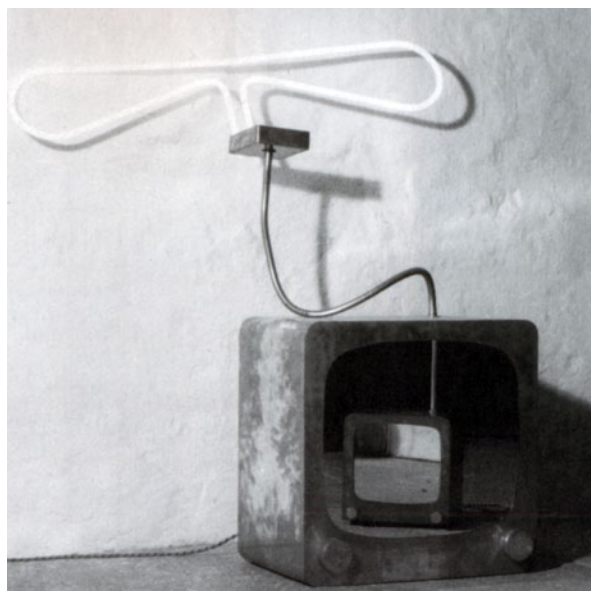
In 1977 introduceerde Charles Jencks in navolging van Venturi's pleidooi voor nieuw symbolisme uit *Learning from Las Vegas* (Venturi et al. 1977), het begrip 'double coding' om de moderne ontwerper van toen weer te 'laten communiceren met de gebruiker' (zie hoofdstuk 2.2). Het toepassen van herkenbare motieven uit de populaire cultuur en geschiedenis moest de toeschouwer aanknopingspunten geven om de nieuwe ontwerpen beter te kunnen 'lezen' (Jencks 1984: pp.154-164). Venturi zelf wees de weg met vele postmoderne architectuurprojecten, maar ook met symbolisch uitgevoerde producten zoals zijn servies 'the Village' [Figuur 6.131].

Het tegendraads ontwerpen heeft zich echter steeds een meester getoond in het toepassen van herkenbare motieven om de toeschouwer te laten kijken; of het nu gaat om de vreemde combinaties van de surrealisten, de nieuwe decoratiedrift van Alchymia, de vrolijke objecten van de Memphis groep, de bewust gestylede troep van de Neue Design, de karaktertjes van Alessi of de ongewone materialen van de Droog ontwerpers [Figuur 6.132 – 6.137]. De vijf uit de verschillende ontwerpstijlen gedistilleerde tegendraadse ontwerpgrepen geven inzicht in de

¹³³⁾ De theepot verwijst met zijn zuilengalerij naar het Pantheon in Rome uit de 1ste eeuw na Christus.



[6.134] Matteo Thun – ‘Columbina Superba’ theepot – 1982, een speelgoedachtig object op hoge poten.



[6.135] Rouli Lecatsa – ‘Mediengeil’ copper television set – 1984, functioneel gezien bedoeld als een combinatie van make-up spiegel en tafellamp (Erlhoff et al. 1990: p.212). De naamgeving getuigt weer van de bij het Neue Design gebruikelijke maatschappijkritiek¹³⁴.



[6.136] Mattia Di Rosa – ‘Carlo, the Ghost from the Bottle’ – 1994, een set van twee doppen om wijnflessen mee af te sluiten uit de ‘Family Follows Fiction’ serie van Alessi.



[6.137] Jurgen Bey – ‘Gardening Bench’ – 1999, net als de ‘Tree Trunk Bench’¹³⁵ ontworpen voor het park Oranienbaum. Bankjes worden met behulp van een speciale mal geperst van compost uit het park. Na een tijdje zou de bank weer uit elkaar moeten vallen om als voeding te dienen voor de natuur in het park .

manier waarop ontwerpers die gedachtes, associaties en combinaties kunnen toepassen in de praktijk. Want, om met Denis Santachiara te spreken: ‘Hoe meer trucs een goochelaar kent, hoe beter hij in staat is de illusie en de verwondering op te wekken.’ (Bellati 1993: p.125).

6.4 Conclusie

¹³⁴⁾ Zie hoofdstuk 2.3, hieraan voorafgaande.

¹³⁵⁾ Zie hoofdstuk 4.1 en 6.0, hieraan voorafgaande.

Samenvatting

In dit boek wordt geprobeerd nieuwe handvatten te ontwikkelen die de hedendaagse ontwerper enig houvast kunnen geven bij het vormgeven van producten in een postmoderne wereld. Volgens de Franse cultuurfilosoof Baudrillard is daarin het beeld dat men heeft of vormt van een product belangrijker geworden dan het product zelf. In deze ontwikkeling wordt de functionele bruikbaarheid, of *utility*, van producten steeds minder belangrijk ten faveure van de betekenis. Het gaat bij het vormgeven van producten dus steeds meer om de secundaire functie van vormgeving, namelijk in de rol van betekenisgever voor gebruikers. Vorm-geven als activiteit kan daarbij geïnterpreteerd worden als het in een bepaalde vorm gieten of *materialiseren* van een idee.

Dat er onduidelijkheid heerst met betrekking tot het vormgeven van een idee komt doordat de oerwet -“Form Follows Function”- als fundamenteel criterium voor een ‘goed ontworpen product’, de laatste decennia veel aan waarde heeft ingeboet, mede door de opkomst van de “visueel anonieme” elektronica en computertechnologie. De vraag voor de hedendaagse ontwerper is vervolgens, wat er dan voor deze oerwet in de plaats te stellen zou kunnen zijn. Om op een ‘holistische’ manier naar vormgeving en betekenisgeving te kunnen kijken, beantwoorden we die vraag in deze studie door middel van analyse van de recente ontwerpgeschiedenis.

Die ontwerpgeschiedenis heeft de afgelopen periode sterk in het teken gestaan van de tegenstelling tussen het modernisme en het postmodernisme. Wordt daarbij het modernisme (of functionalisme) vereenzelvigd met het ‘idee van vooruitgang’, dan is het postmodernisme de culturele

Samenvatting

verpersoonlijking van 'anything goes' (Naar Paul Feyerabend: 'the only principle which does not inhibit progress is anything goes' [...]). Dit nihilistische uitgangspunt geeft echter weinig houvast voor de ontwerp-praktijk: alles is immers mogelijk. In de hier voorliggende studie wordt echter een aanzet gegeven om op basis van historische ontwikkelingen een set van ontwerpregels te genereren voor de ontwerp-praktijk van ná het modernisme, een aanzet -en niet meer dan dat- voor een nieuw paradigma.

In deze studie wordt een deel van de ontwerpgeschiedenis gepresenteerd als zogenaamd 'tegendraads ontwerp'. Tegendraads vanwege de afwijkende vormgeving, die als het ware tegen de functionalistische hoofdstroom in roeit. De geschiedenis van het ontwerp is daarbij te beschouwen als cultuurgeschiedenis en kan in die zin in laatste instantie geïnterpreteerd worden als ideeëngeschiedenis. De geschiedenis van het tegendraads ontwerp wordt zodoende een geschiedenis van tegendraadse ontwerpideeën. Het gaat daarbij dus om de *visie* van waaruit de geselecteerde objecten zijn ontworpen. Als we dit uitgangspunt combineren met het wetenschapsfilosofische perspectief op verandering van Kuhn, betekent zulks, dat binnen de in deze studie gemaakte historische afbakening:

De verzameling van tegendraads ontworpen producten bestaat uit al die objecten die zijn ontworpen om het bestaande ontwerp-paradigma van de modernisten te ondermijnen.

Vanuit dit perspectief is de belangrijkste periode voor het tegendraads ontwerp de beperkte doorbraak van het postmodernisme in de vormgeving in de jaren tachtig van de vorige eeuw, ondersteund door de Neue Design en de korte bloeiperiode van de Punk. In de jaren negentig werden de denkbeelden van de postmodernisten vervolgens verder verspreid in de gevestigde mainstream van het industrieel ontwerpen. Tegelijkertijd werden die denkbeelden verder uitontwikkeld door een nieuwe stroming conceptueel ontwerpers, die voor een belangrijk deel gevoed werd door het Nederlandse Droog Design. Uiteindelijk kan in dit deel echter geconcludeerd worden dat al deze stromingen schatplichtig zijn aan de vormgevingsprincipes die de surrealisten al tijdens de opkomst van het functionalisme ontwikkelden.

Om hieraan houvast te ontleen voor de ontwerper wordt deze geschiedenis vervolgens vanuit methodisch perspectief beschouwd. Het idee hierachter is het beste te illustreren aan de hand van het productcommunicatiemodel van Crilly et al., waarin de vormgeving van een product zich gedraagt als een zender van de boodschap van de ontwerper aan de ene kant, die aan de andere kant de reactie van de gebruiker aanstuurt. In de loop van de tegendraadse chronologie blijkt dat veel ontwerpen en ontwerppraktijken bij het weergeven van deze boodschap steeds op elkaar teruggrijpen en dat sommige producten zelfs heel sterk zijn 'gebaseerd op' eerdere creaties. Nog duidelijker wordt dit als we de ontwerpaanpak door de jaren heen aan elkaar koppelen. Op deze manier beschouwd wordt tegendraads design een bepaalde benadering die als proces reproduceerbaar is. Dat betekent dus dat iedereen tegendraads kan ontwerpen als hij of zij het proces volgt, al zullen de resultaten misschien niet altijd even interessant zijn.

Door vergelijking van 600 ontwerpen uit de verschillende in deze studie behandelde periodes en stromingen kunnen we uiteindelijk een aantal groepen ontwaren van productontwerpen die vanuit een vergelijkbare visie zijn ontworpen. Het ging in deze studie immers over het achterliggende idee en niet over het uiterlijk van de ontwerpen *an sich*. Na een aantal iteraties is er ten behoeve van de toepasbaarheid een indeling gemaakt naar vijf tegendraadse *ontwerpgrepen*.

Door deze geschiedenis in een culturele context te plaatsen heeft deze literatuurstudie geleid tot een geschiedenis van de tegendraadse ontwerpideeën, die de basis heeft gevormd voor de identificatie van vijf verschillende tegendraadse ontwerpgrepen. Want ondanks hun tegendraadsheid zijn, vanuit perspectief van de ontwerpmethodiek gezien, veel onderzochte ontwerpen tot op zekere hoogte hetzelfde. Die ontwerpgrepen zijn eigenlijk bedriegelijk eenvoudig en luiden respectievelijk: het combineren van verschillende domeinen; inspiratie uit populaire context; vormlust; het gebruik van ready-mades en als laatste een afwijkend materiaalgebruik. Alle vijf categoriën hebben daarbij twee gemeenschappelijke kenmerken, waarvan de eerste is te formuleren als: 'Functionaliteit is iets anders dan bruikbaarheid'. Ettore Sottsass maakte bijvoorbeeld een boekenkast waar je geen boeken in kunt zetten (de *Carlton* uit 1981) en Philippe Starck ontwierp een citruspers waar je

geen sinaasappelsap mee kunt maken. Zij losten dit gebrek aan functionele bruikbaarheid op door hun werk respectievelijk “room divider” en “conversation piece” te noemen. Met andere woorden: de ontwerpen waren helemaal niet bedoeld als “boekenkast” en “citruspers”. Eigenlijk zijn het *communicatiemiddelen*, vermomd als boekenkast en citruspers. De primaire functie van het object is niet meer “het bruikbaar zijn als” een bepaald product, maar “het communiceren van” een bepaalde betekenis. Het tweede en belangrijkste kenmerk van het tegendraads ontwerp is de invloed van *context*. Door objecten in een andere context te plaatsen veranderen objecten namelijk *zelf*. Ze veranderen niet fysiek, maar doordat er op een andere manier naar gekeken wordt en doordat ze daardoor ook anders beoordeeld worden. Door alledaagse objecten in een nieuwe context te plaatsen wordt ons geleerd om op een nieuwe manier naar de dingen te kijken.

Tegendraadse ontwerpen zijn dus niet zozeer interessant door hun bruikbaarheid, maar door hun vermogen om betekenissen op te roepen bij de gebruiker. De ontwerpen roepen daarbij emoties op door betekenis te ontlenen aan een nieuwe context. De nieuwe context kan hierbij niet alleen gegeven worden door een nieuwe omgeving, zoals bij de eerste drie ontwerpgrepen, maar ook deels door andere objecten, zoals dat zichtbaar wordt bij de zogenaamde samengestelde ready-mades (ontwerpgreep vier) en ook door het object zelf, in de vorm van een afwijkend materiaalgebruik (ontwerpgreep vijf). Omgekeerd wordt een object dus ook pas definitief gedefinieerd door de context. Het beroemde schilderij van Magritte met de uitspraak ‘ceci n’est pas une pipe’ blijkt dubbel waar: het afgebeelde object is *geen pijp* omdat het een *afbeelding van een pijp* is, maar ook omdat het afgebeelde object pas een pijp is als het object ook *als een pijp* gebruikt wordt!

De vijf tegendraadse ontwerpgrepen moeten het voor de vormgever uiteindelijk makkelijker maken om deze vorm van het oproepen van betekenis en het spelen met associaties, toe te passen in de ontwerppraktijk.

Summary

This book is an attempt to develop rules that can provide guidance for the contemporary product designer in a postmodern society. Somewhere at the end of the 20th century, the focus of product design has shifted from primarily offering functionality, towards experience and emotion driven product characteristics. According to the theory of product phases, the design of mature product types will end in a phase characterized by extended segmentation, individualization or awareness. In these states the affective, emotional, and abstract product values become more important. Within this development, the usability, or *utility* factor of products becomes less important, in favour of their *significance*, or the meaning they represent. At the same time, according to French philosopher of culture Baudrillard, the image of the product becomes more important than the product itself.

All together it has become clear that the central idea of the functionalists, that 'Form Follows Function' cannot play its central role in the development of aesthetics anymore, especially in combination with the increased importance of 'visually anonymous' electronics and information technology. When we can no longer infer the design of the product from its instrumental function, the contemporary designer has to look for other practices for the materialization of his or her ideas. To be able to look at design in a holistic way, this research tries to find those practices by analysis of recent design *history*.

Design history in the preceding period has been dominated by the contradiction between modernism and postmodernism. While modernism (or functionalism) is associated with the 'idea of progress', postmoder-

nism is associated with the cultural counterpart of ‘anything goes’ (after Paul Feyerabend: ‘the only principle which does not inhibit progress is anything goes’ [...]). But this nihilistic motto does not provide much guidance for design practice: anything is possible. This research however, is an attempt to provide a new set of design rules for design practice, after modernism: a starting point -and no more than that- for a new paradigm.

Summary

This research presents a part of design history as so-called ‘unruly design’. Unruly because of the dissident designs, as if they were rowing up the dominant functionalist stream. Design history in this context is considered as cultural history and can therefore be interpreted as a history of ideas. The history of unruly designs thus will be a history of unruly design ideas. When we combine this perspective with the philosophy of science paradigm of Kuhn, this means that, within the historical boundaries of this research project:

The set of unruly designs is defined as: all objects that are designed with the intention to undermine the existing design-paradigm of the functionalists.

The most well-known groups in unruly design history were Alchimya and Memphis from Italy. In Germany the ‘anti-modernist’ movement was called ‘Neue Design’, which showed resemblance with the English Punk. Later, the Alessi firm and Philippe Starck played a major role in developing the postmodernist design approach further. Then, new recalcitrant designers altered their strategy. The Netherlands played an important role in this so-called ‘conceptual design’ with the Droog label, making the author-driven design approach of designers like Marcel Wanders and Tejo Remy world-famous. In the end, the postmodernist perspective on product design, characterizing products by their meaning instead of their functionality, was already explored by the Surrealists, who wanted their dream world objects to be an alternative for the machine-like world view of the modernists.

Common research about design history on this subject is mostly limited to the role of design *meaning*. From applicable literature, a frame of reference about the role of design meaning was made in order to compare

postmodern designs over several decades. From this comparison the analysis was shifted to a design *method* perspective, and then it showed that there is just a limited set of design principles that stands at the base of somewhat all of this unruly design. This research thus presents a particular part of design history as a means of how to implement post-modern meaning into designs. This is illustrated by the product communication model of Crilly et al., where the design of a product acts as a transmitter for the designer's intent at the one side, steering the consumer's response on the other. The deconstruction of unruly design in this research concentrates on the input side of the model, supporting ways to materialize the designers' design intent.

Placed in cultural context the historical survey has led to a 'history of unruly design ideas' that formed the basis for identifying five common unruly design practices, bringing unity in this diverse field. Then it showed that, despite their unruliness, from a design method perspective most of the researched designs are very alike. This means that everyone can make unruly designs, as long as the process is followed. However, the results will not be automatically interesting.

The five common design 'rules' though, are fairly simple: combine different interest domains; use inspiration from popular culture; incorporate form-complexity; make use of ready-mades, or; make use of uncommon material. In all cases, the designs have two common characteristics. The first one says that 'functionality is not the same as usability'.

Philippe Starck stated for instance, when he was confronted with critique on his *Juicy Salif*, that he did not design a malfunctioning juicer, but a "conversation piece". Memphis leader Ettore Sottsass called his inefficient *Carlton* bookcase a "room divider". These objects were not primarily intended to be a bookcase or a juicer: they are objects to *communicate a meaning*, disguised as a bookcase and a juicer. The primary function of "making juice" and "storing books" is sacrificed for the ability to communicate an idea. The utility of the objects is minimized in favour of their significance.

Secondly and more important is the influence of *context*. When objects are placed in a different context, they will change in *themselves*. They do not change physically, but they change because they are looked at

differently and therefore also judged differently. By placing commonplace objects in an alternative context, we are taught to look at them in a new way.

Summary

Unruly designs are not particularly interesting for their ability to be used satisfactorily, but for their ability to facilitate a process of meaning forming for the user. In this process the designs will elicit emotions by deriving meaning from a new context. This new context can be provided by a new environment, as with the first three design rules, but also partly by other objects, as is visible with the so-called composed ready-mades (design rule four). In the end, the new context can also be provided by the object itself, through the use of an uncommon material (design rule five). The other way around, the object is ultimately defined by that context. The famous drawing by René Magritte that says 'ceci n'est pas une pipe' (this is not a pipe) appears to be true in two different ways: the depicted object is *not a pipe* because it is an *image of a pipe*, but also because the depicted object is only then a pipe, when it is *used as a pipe* !

Eventually, the identification of the five rules of unruly design supports designers to understand the implementation of meaning into demand driven design practice, and therefore extends the possibilities for making meaningful objects.

Literatuur

Albus, Volker, Volker Fischer & Ettore Sottsass (1995). *13 Nach Memphis*. München, Prestel.

Alessi, Alberto (1999). *De Droomfabriek; Alessi vanaf 1921*. Milano, Electa.

Alessi, Alberto (2008). *Alessi*. Lecture. Eindhoven, Designhuis.

Ambasz, Emilio, Paolo Portoghesi, Maurizio Fagiolo dell'Arco, et al. (1972). *Italy: The New Domestic Land-scape. Achievements and Problems of Italian Design*. New York, Museum of Modern Art.

Antonelli, Paola, Terence Riley, Bevin Cline, et al. (2003). *Objects of Design, from The Museum of Modern Art*. New York, Museum of Modern Art.

Baar, Vincent van, Bert van Meggelen & Timo de Rijk (2009). *Dutch Design Jaarboek 2009*. Rotterdam, NAI.

Baas, Maarten & Bas den Herder (2009). *BAAS. 's Hertogenbosch, Stedelijk Museum SM's / Baas & den Herder*.

Bakker, Gijs (1980). *Design from the Netherlands / Design aus den Niederlanden*. Amsterdam, Bureau Beeldende Kunst Buitenland van het Ministerie van Welzijn, Volksgezondheid en Cultuur.

Baudot, François (2001). *Fashion & Surrealism*. New York, Assouline.

Baxter, Andrew, Roland Bird, Khodi Feiz, et al. (1996). *Vision of the future*. Bussum, V+K publishing.

Bekaert, Geert (2005). *Dromen van een nieuwe tijd. Modernisme tijdens het interbellum. Art Nouveau & Design: Sierkunst van 1830 tot Expo 58*. Claire Leblanc (Red.). Tiel, Lannoo: pp.142-157.

Bellati, Nelly (1993). *Italiaans New Design*. Alphen aan den Rijn, Atrium/Terrail.

Bekooy, Guus., Sergio Derks, Jeff S. Haneveer & Frans van der Put (1991). *Philips Honderd, 1891-1991*. Zaltbommel, Europese Bibliotheek.

Besnard-Bernadac, Marie-Laure (1987). *Pablo Picasso; Seine Privatsammlung im Musée Picasso Paris*. Stuttgart, Belser.

Betsky, Aaron & Adam Eeuwens (2004). *False Flat; Why Dutch Design Is so Good*. New York, Phaidon.

Literatuur

Bhattacharya-Stettler, Therese, Matthias Frehner, Nathalie Bäschlin, et al. (2007). *Meret Oppenheim - Retrospective; "an enormously tiny bit of a lot"*. Ostfildern, Hatje Cantz.

Bijker, Wiebe E. (1999). *Of Bicycles, Bakelites, and Bulbs; Toward a Theory of Sociotechnical Change*. Cambridge, Massachusetts, MIT Press.

Blake, Peter (1979). *God's Own Junkyard: The Planned Deterioration of America's Landscape*. Austin, Holt, Rinehart and Winston.

Boelen, Jan (2010). *Emmy + Gijs + Aldo*. Rotterdam, 010.

Borngraeber, Christian & Cees van der Geer (1986). *Prototypen: Avantgarde Design uit/aus Berlin*. Rotterdam, 010.

Branzi, Andrea (1984). *The Hot House, Italian New Wave Design*. London, Thames and Hudson.

Branzi, Andrea (1988). *Learning from Milan; Design and the Second Modernity*. Cambridge Massachusetts, MIT Press.

Bürdek, Bernhard E. (1996). *Design; geschiedenis, theorie en praktijk van de produktontwikkeling*. 's Gravenhage, ten Hagen & Stam.

Burke, Peter (2008). *What is Cultural History?* Cambridge, Polity.

Burkhardt, François (1988). *Design and 'avant-postmodernism'*. Design after Modernism. J. Thackara (Red.), London, Thames and Hudson: pp.145-151.

Burkhardt, François & Cristine Morozzi (1996). *Andrea Branzi*. Paris, Dis Voir.

Burney, Jan (1991). *Ettore Sottsass*. London, Trefoil.

Bury, J. B. (1920). *The Idea of Progress; An inquiry into its origin and growth*. Charleston, BiblioBazaar.

Carelman, Jaques (1984). *Objets Introuvables: A Catalogue of Unfindable Objects*. London, Frederick Muller.

Constantine, Mildred & Arthur Drexler (1966). *The Object Transformed*. New York, The Museum of Modern Art.

Crilly, Nathan, James Moultrie & P. John Clarkson (2004). *Seeing things: consumer response to the visual domain in product design*. Design Studies 25(6): pp.547–577.

Crouwel, Wim (2008). *Vormgeving - door wie? Items*. Amsterdam, d'junge Hond, 2008(6): pp.121-123.

Csikszentmihalyi, Mihaly (2007). *Vormgeving en orde in het dagelijks leven*. Morf. Amsterdam, Premssela. 7(3): 7-15 - Orgineel gepubliceerd in 1991: *Design and Order in Everyday Life*; Design Issues, 8(1): pp.26-34.

Danto, Arthur C. (1981). *The Transfiguration of the Commonplace*. Cambridge, Massachusetts, Harvard University.

Desmet, Pieter M. A. (2002). *Designing Emotions*. Industrial Design. Delft, Delft University of Technology. PhD: 272.

Dietz, Matthias & Michael Mönninger (1992). *Japan Design*. Keulen, Taschen.

Dijksterhuis, Ap (2007). *Het slimme onbewuste; Denken met gevoel*. Amsterdam, Bert Bakker.

Dormer, Peter (1990). *The Meanings of Modern Design: Towards the twenty-first century*. London, Thames and Hudson.

Droog Design. (1999). "*Couleur Locale for Oranienbaum / Cultural Foundation Dessau Wörlitz*." Geraadpleegd 11 Januari, 2011, van: <http://www.droog.com/projects/tools/couleur-locale-for-oranienbaum---cultural-foundation-dessau-worlitz/>.

Droste, Magdalena (1990). *Bauhaus; 1919-1933*. Keulen, Taschen.

Droste, Magdalena, Peter Hahn, Karsten Hinz, et al. (1999). *Bauhaus Archive Berlin: the Collection*. Berlin, Bauhaus Archiv.

Drukker, JW (2007). *Modernisme/Postmodernisme*. Lezing; 27 September en 11 Oktober, Enschede, Studium Generale Universiteit Twente.

Drukker, JW (2009). *Things to Come; een economisch-historische visie op de toekomst van het industrieel ontwerpen*. Enschede, University of Twente.

Drukker, JW & M. van Velzen (2010). *Anti-technological avant-garde design in the 19th and late 20th century: Arts and Crafts and Dutch Postmodernism (Part 2)*. Product academic issues 1(2): pp.2-11.

- Eger, Arthur O. (2007). *Evolutionaire productontwikkeling; productfasen beschrijven de meest waarschijnlijke levensloop van een product*. Den Haag, Lemma.
- Eggink, Wouter (2009). *A Chair to Look to the Moon: What We Can Learn from Irrational Design History for Contemporary Design Practice*. Design Principles and Practices: an International Journal 3(1): pp.103-114.
- Eggink, Wouter (2010). *The Reinvention of the Ready Made*. Proceedings of the 7th conference on Design & Emotion, J. Gregory, K. Sato, P. Desmet, et al. (Red.), Chicago, Design & Emotion Society, Chicago IIT Institute of Design.
- Eigen Huis & Interieur (2006). *Appartement 2*. Eigen Huis & Interieur. Hoofddorp, Sanoma. 2006(6): pp.177-179.
- Elle Wonen (1991). *p.s. de laatste woon-trends in telegramstijl*, Elle Wonen; Gilze, Elle, 1(1): p.142.
- Elzinga, Gert (2007). *Droog Design; Initiatief & Inspiratie*. Audi Magazine. Amsterdam, Readershouse/Hearst. 2007(3): pp.66-69.
- Emchowicz, Antoni & Paul Nunneley (1999). *Future Toys; robots•astronauts•spaceships•ray guns*. London, New Cavendish.
- Erlhoff, Michael, Bernd Busch, Dieter Rams, et al. (1990). *Designed in Germany, Since 1949*. Munich, Prestel.
- Escher, Emilie (2007). *'Als een voorwerp een glimlach teweeg brengt, ben ik blij'* *Interview met Ettore Sottsass, wereldvermaarde Italiaanse ontwerper en architect*. Elsevier Thema. Amsterdam, Reed, 2007(Oktober): pp.35-38.
- Fanés, Fèlix, José Vilarasau, Ramon Boixadós, et al. (2005). *It's all Dalí: Film, fashion, photography, design, advertising, painting*. Rotterdam, Museum Boijmans van Beuningen.
- Feyerabend, Paul (1975). *Against Method; Outline of an anarchistic theory of knowledge*. London, NLB.
- Forty, Adrian (1995). *Objects of Desire; design and society since 1750*. London, Thames and Hudson.
- Fraser, Max, Piet Hein Eek, Nicky Fischer, et al. (2007). *Boek: Piet Hein Eek*. Eindhoven, de Boekenmakers.
- Gabra-Liddell, Meret, Andrea Bettella, Nicola Hodges, et al. (1996). *Alessi; Ontwerpers, Design en Productie*. Weert, Van Buuren.

- Gonzales Crisp, Denise (2009). *Decoratieveel. Items*. Amsterdam, d'jonge Hond, 2009(2): pp.32-39.
- Govers, Pascale C. M. (2004). *Product Personality*. Industrial Design. Delft, Delft University of Technology. PhD: 228.
- Grafton, Anthony (2006). *The History of Ideas: Precept and Practice, 1950–2000 and Beyond*. Journal of the History of Ideas 67(1): pp.1-32.
-
- Graves, Michael & Associates. (2008). "*Michael Graves Design Group*." Geraadpleegd 2 January 2009, van: <http://www.michaelgraves.com/mgdg.htm>.
- Green, Bill (2002). *Pleasure with Products: beyond usability - Introduction*. Pleasure with Products; beyond usability. W. S. Green & P. W. Jordan (Red.), London, Taylor & Francis: pp.1-5.
- Hahn, Peter, Ute Brüning, Magdalena Droste, et al. (1988). *Experiment Bauhaus*. Berlin, Bauhaus Archiv.
- Hanks, David A. & Anne Hoy (2005). *American Streamlined Design: the world of tomorrow*. Paris, Flammarion.
- Hauffe, Thomas (1994). *Fantasie und Härte*. Berlin, Werkbund-Archiv.
- Hekkert, Paul & Pieter C. W. van Wieringen (1996). *Beauty in the Eye of Expert and Nonexpert Beholders: A Study in the Appraisal of Art*. The American Journal of Psychology 109(3): pp.389-407.
- Herzogenrath, Wulf, Ludwig Grote, Walter Gropius et al. (1980). *Bauhaus*. Stuttgart, Institut für Auslandsbeziehungen.
- Heskett, John (2002). *Toothpicks & Logos, Design in Everyday Life*. Oxford, Oxford University Press.
- Hinte, Ed van (2002). *Richard Hutten, taking form making form*. Rotterdam, 010.
- Hodge, Robert & Gunther Kress (1988). *Social Semiotics*. New York, Cornell University Press.
- Hofstede, Poul ter, Gian Piero Vincenzo, Frans Haks, et al. (1989). *Memphis; 1981-1988*. Groningen, Groninger Museum.
- Horn, Richard (1986). *Memphis; objects, furniture & patterns*. New York, Simon & Schuster.
- Hutten, Richard (2008). *Richard Hutten*. Lezing; 9 April, Utrecht, KIVI-Niria - Ronde 60.

- Hutten, Richard, Aaron Betsky & Brigitte Fitoussi (2006). *Richard Hutten: Works in Use*. Oostkamp, Stichting Kunstboek.
- Huygen, Frederique (1989). *Brits Design, Imago en Identiteit*. Rotterdam, Museum Boymans-van Beuningen, Thames and Hudson.
- Jacobs, Jan (1988). *geen kunst*. Delft, Delftse Universitaire Pers.
- Jameson, Frederic (1991). *Postmodernism, or, The Cultural Logic of Late Capitalism*. Durham, Duke University Press
- Jencks, Charles A. (1984). *The language of Post-Modern architecture*. London, Academy Editions. - Origineel gepubliceerd in 1977.
- Johnson, Mark (2007). *The Meaning of the Body: Aesthetics of Human Understanding*. Chicago, Chicago University Press.
- Jongerius, Hella (2010). "Delft Blue B-Set." Geraadpleegd 14 December 2010 van: http://www.jongeriuslab.com/site/html/work/delfts_b_set/07/
- Jordanova, Ludmilla (2000). *History in Practice*. London, Arnold.
- Joris, Yvonne, Jos Poodt, Ghislaine Kieft & Peter van Kester. (1984). *Memphis-Design*. 's Hertogenbosch, Dienst Beeldende Kunst.
- Joris, Yvonne, Renny Ramakers, Andrea Branzi, et al. (1999). *Wanders Wonders: design for a new age*. 's Hertogenbosch, Museum het Kruithuis / 010.
- Kessels, Erik & Thyler Whisnand (2006). *One hundred and one things to do*. Amsterdam, BIS publishers.
- Kesselskramer (2000). *Kesselskramer 96-01*. Amsterdam, BIS publishers.
- Kester, Peter van (2009). *update: De schrijvende ontwerper*. Items. Amsterdam, d'junge Hond 2009(1): pp.32-33.
- Ketterer Kunst. (2008). "Javier Mariscal." Geraadpleegd 8 December, 2008, van: <http://www.kettererkunst.com/bio/javier-mariscal-1950.shtml>.
- Kicherer, Sibylle (1990). *Olivetti; a study of the corporate management of design*. New York, Rizolli.
- Kieft, Ghislaine (1984). *Modernisme en Post-Modernisme*. Memphis-Design. Y. Joris and J. Poodt (Red.) 's Hertogenbosch, Dienst Beeldende Kunst: pp.19-27.
- Kirkham, Pat, Jacqueline M. Atkins, Whitney Blausen, et al. (2000). *Women Designers in the USA, 1900-2000: Diversity and Difference*. New Haven, Yale

University Press.

Kleine III, Robert E. & Jerome B. Kernan (1991). *Contextual Influences on the Meanings Ascribed to Ordinary Consumption Objects*. The Journal of Consumer Research 18(3): pp.311-324.

Kolsteren, Steven (1992). *Architecten en Design: Robert Venturi*, uit: Kolsteren et al. (1998). *Uitgelicht*. Groningen, Groninger Museum; pp.27-28.

Kolsteren, Steven, Jeanine de Boer, Han Steenbruggen & Martijn van der Voort (1998). *Uitgelicht*. Groningen, Groninger Museum.

Kolsteren, Steven., Kees van Twist, Ruud Schenk & Poul ter Hofstede (2002). *Tea & Coffee Piazza*. Groningen, Groninger Museum.

Kotler, Philip (1988). *Marketing Management; Analysis, planning, implementation and control*. Englewood Cliffs, Prentice Hall.

Koziol. (2007). "Koziol; ideas for friends." Geraadpleegd 2 Januari 2009, van: http://www.koziol.de/wDeutsch/made_in_germany/history.php?navid=52.

Krauss, Rosalind & Jane Livingston (1985). *L'Amour Fou. Photography & Surrealism*. New York, Abbeville.

Kress, Gunther & Theo van Leeuwen (1996). *Reading Images; the grammar of visual design*. London, Routledge.

Kuhn, Thomas (1996). *The Structure of Scientific Revolutions*. Chicago, The University of Chicago Press - Orgineel gepubliceerd in 1962.

Labaco, Ronald T., Penny Sparke, Dennis P. Doordan, et al. (2006). *Ettore Sottsass, Architect and Designer*. London, Merrell.

Le Corbusier (2008). *Toward an Architecture*. London, Francis Lincoln - Orgineel gepubliceerd in 1923: *Vers une architecture*. G.Crès, Paris.

Lichtenstein, Claude, Franz Engler, Sabine Bohle-Heinzenberg, et al. (1993). *Streamlined, a metaphor for progress: The esthetics of minimized drag*. Baden, Lars Müller.

Ligny, Tammo de (2008). *Design & Emotion*. Lezing; 21 April, Enschede, Universiteit Twente.

Livingstone, Marco, Marc Scheps, Sarat Maharaj, et al. (1994). *Pop Art*. München, Prestel.

Lloyd, Peter A. & H. M. J. J. Snelders (2001). *What was Philippe Starck Thinking*

of? In: Proceeding of DTRS 5, Delft, DUP Science: pp.241-256.

Loewy, Raymond (1951). *Never leave well enough alone*. New York, Simon and Schuster.

Majorick, B. (1959). *Ontwerpen en verwerpen, industriële vormgeving als noodzaak*. Amsterdam, Querido.

Marzano, Stefano (2005). *Past tense, future sense. Competing through creativity: 80 years of design at Philips*. Amsterdam, BIS publishers.

Marzano, Stefano, Alessandro Mendini, Andrea Branzi, et al. (1995). *Televisie op de tweesprong*. Naarden, V+K publishing.

McDermott, Catherine (1987). *Streetstyle: British design in the 80s*. London, The Design Council.

Mechelen, Brigitte van (2009). *Update: Identified Object. Items*. Amsterdam, d'junge Hond, 2009(2): p.28.

Meijers, Jack (2007). *De vernieuwers, Gijs & Aldo Bakker. Eigen Huis & Interieur*. Hoofddorp, Sanoma. 2007(1): 125-129.

Meijers, Jack (2008). *Duotoon: Richard Hutten & Peer de Bruijn. Eigen Huis & Interieur*. Hoofddorp, Sanoma. 2008(12): pp.110-117

Meikle, Jeffrey L. (2005). *Design in the USA*. Oxford, Oxford University Press.

Mendini, Alessandro, Alberto Alessi & Fulvio Irace (1983). *Tea & Coffee Piazza*. Crusinallo, Alessi SpA.

Mendini, Alessandro, Alberto Alessi & Kees van Twist (2003). *thee & koffietorens*. Milano, Electa.

Mocoloco.com (2009-1). "*Marcel Wanders for Holland Electro*." Geraadpleegd 1 November 2009 van: <http://mocoloco.com/archives/001380.php>

Mocoloco.com (2009-2). "*Wink: Lounge chair for Cassina*." Geraadpleegd 7 November 2009 van: <http://mocoloco.com/archives/002318.php>

Mous, Huub & Wim Crouwel (1988). *Het meubel verbeeld*. Rotterdam, Museum Boymans van Beuningen.

Muller, Wim (1990). *Vormgeven: ordening en betekenisgeving*. Utrecht, Lemma.

Museu Nacional d'Art de Catalunya (2008). *Duchamp, Man Ray, Picabia*. Barcelona / London, MNAC / Tate Modern.

- Naylor, Maxine & Ralph Ball (2005). *Form Follows Idea; An introduction to Design Poetics*. London, Black Dog.
- Noël, Bernard (1977). *Magritte. Meister der Modernen Kunst*. M. Ledivelec-Glöckner (Red.), Napels, Bonfini.
- Norman, Donald A. (2004). *Emotional Design; Why we love (or hate) everyday things*. New York, Basic Books.
-
- Noten, Ted (2009). "Haunted by 36 women/Pig Bracelet." Geraadpleegd 20 April 2010 van: www.tednoten.com
- O'Doherty, Brian (1971). *What is Post-Modernism? Art in America*. New York, Whitney Communications Corporation, 1971(May-June): p.19.
- O'Sullivan, Damien (2009). *Creating a better world*. Lezing; 10 September. Brighton, 11th International conference on Engineering and Product Design Education, Institution of Engineering Designers, Wiltshire UK.
- Papanek, Victor (1995). *The Green Imperative*. London, Thames and Hudson.
- Petroski, Henry (1992). *Form Follows Failure; Invention is an unending succession of imperfections. A case in point: the beer can. Invention & Technology Magazine*. Rockville, American Heritage. 8(2).
- Pfeiffer, Ingrid (2011). *Temporary Objects: Mannequins at the 1938 Exposition internationale du surréalisme. Surreal objects, Three-Dimensional Works from Dalí to Man Ray*. Ingrid Pfeiffer & Max Hollein (Red.). Frankfurt, Schirn Kunsthalle / Hatje Cantz. pp.61-75.
- Philips (1998). *Annual Report 1998*. Eindhoven, Royal Philips Electronics.
- Powilleit, Inga & Tatjana Quax (2008). *How They Work, the hidden world of Dutch Design*. Rotterdam, 010.
- Pruys, Simon Mari (1972). *Dingen vormen mensen*. Bilthoven, Ambo.
- Radice, Barbara (1984). *Memphis; Research, Experiences, Results, Failures and Successes of New Design*. Milano, Electa.
- Radice, Barbara (1987). *Jewelry by architects*. New York, Rizzoli.
- Ramakers, Renny (1993). *De rust van de stilte. Industrieel Ontwerpen*. Delft, Stichting in-form. 11(4/5): pp.44-49.
- Ramakers, Renny, Anneke Moors, Gijs Bakker, et al. (2006). *Simply Droog; 10+3 years of creating innovation and discussion*. Amsterdam, Droog.

- Reinewald, Chris (2000). *AVA Award*. Tableau, fine arts magazine. Den Haag. 22(5): 81
- Retro Thing (2010). "Sound Burger: Vintage Portable Turntable." Geraadpleegd 18 Januari 2010 van: http://www.retrothing.com/2005/11/sound_burger_vi.html
- Rompay, Thomas J. L. van (2005). *Expressions; embodiment in the experience of design*. Industrial Design. Delft, Delft University of Technology. PhD: 185.
- Roozenburg, Norbert F. M. & J. Eekels (1991). *Produktontwerpen: structuur en methoden*. Utrecht, Lemma.
- Rychlak, Bonnie (2010). "Isamu Noguchi Biography." Geraadpleegd 19 Januari, 2011, van: <http://www.noguchi.org/noguchi/biography>.
- Sato, Kazuka (1988). *Alchimia; Contemporary Italian Design*. Berlin, TACO.
- Schneede, Uwe M. (1973). *Surrealism*. New York, Harry N. Abrams.
- Schriemer, Renske, Suzanne Dijkstra, Jordy de Graaf, et al. (2009). "Wink Chair." Geraadpleegd 7 November, 2009, van: <http://www.designtop100.com/design/info/wink-chair>.
- Simon Thomas, Mienke (2008). *Goed in Vorm; Honderd jaar ontwerpen in Nederland*. Rotterdam, 010.
- Sims, Patterson (1994). *Whitney Museum of Modern Art: selected works from the permanent collection*. New York, Whitney Museum of Modern Art.
- Sotheby's. (2008). "Important 20th Century Design - 14 June 2006 - New York." Geraadpleegd 15 Augustus, 2008, van: http://www.sothebys.com/app/live/lot/Lot-Detail.jsp?sale_number=N08214&live_lot_id=112.
- Sottsass, Ettore, Barbara Radice, Doug Tompkins, et al. (1988). *Sottsass Associates*. New York, Rizzoli.
- Sparke, Penny (1988). *Japane Vormgeving in de Twintigste Eeuw*. de Bilt, Cantecler.
- Staal, Gert, Hester Wolters, Renny Ramakers et al. (1987). *Holland in Vorm; Dutch design 1945-1987*. 's Gravenhage, Stichting Holland in Vorm.
- Sudjic, Deyan (1985). *Cult Objects: the complete guide to having it all*. London, Paladin.
- Sudjic, Deyan (1989). *Cult Heroes: how to be famous for more than fifteen minutes*. London, André Deutsch.

- Sudjic, Deyan (2008). *The Language of Things*. London, Allen Lane.
- Sweet, Fay (1999). *Philippe Starck; Subverchic Design*. East Sussex, Ivy Press.
- Teunissen, José & Ida van Zijl (2000). *Droog & Dutch Design*. Utrecht, Centraal Museum.
- The Art Institute of Chicago. (2010). "Looking after Louis Sullivan: Photographs, Drawings, and Fragments." Geraadpleegd 23 December, 2010, van: <http://www.artic.edu/aic/collections/exhibitions/LouisSullivan/index>.
- Thwaites, Tony, Lloyd Davis & Warwick Mules. (1994). *Tools for Cultural Studies: an introduction*. Melbourne, MacMillan.
- Tilborg, Renson van (2010). *DTILE: tegelwijsheid in 3D, waarom innovatie soms 99% transpiratie is*. Watch. Nieuw Vennepe, Yellowhouse: 2010(1): pp.40-43.
- Toman, Rol (1993). *Best of Graphis DESIGN*. Zürich, Graphis.
- Truijten, Emile (1972). *De Vormgeving der Industriële Vormgeving*. Oratie; 22 November, Delft, Waltman.
- Valcke, Johan, Lise Corier, Eva Coudyzeret, al. (2007). *Beauty, Singular - Plural*. Brussel, Design Vlaanderen.
- Veblen, Thorstein (1994). *The Theory of the Leisure Class; An Economic Study of Institutions*. New York, Dover Publications - Orgineel gepubliceerd in 1899: MacMillan.
- Veen, Evelien van (2008). *Ontwerper Marcel Wanders (45)*. Volkskrant Magazine. Amsterdam, de Volkskrant, 6 December (439): pp.12-17.
- Venturi, Robert (1977). *Complexity and Contradiction in Architecture*. New York, The Museum of Modern Art.
- Venturi, Robert, Denise Scott-Brown & Steven Izenour (1977). *Learning from Las Vegas, revised edition*. Cambridge, Massachusetts, MIT Press - Orgineel gepubliceerd in 1972.
- Verbeek, Peter-Paul (2000). *De daadkracht der dingen*. Amsterdam, Boom.
- Verbrugge, Jeroen (2008). *Vraag en Aanbod gestuurd Design; gelijk, complementair of ongelijk?* Lezing; 10 September. Utrecht, KIVI-Niria - Ronde 60.
- Vitra (2008). *Polder Sofa*. Vitra Design. Weil am Rhein.
- Vlassenrood, Linda & Mirjam van der Linden (2009). *Tangible Traces; Dutch*

Architecture and Design in the making. Rotterdam, NAI.

Weyel, Ivo (2007). *Weg met design! Eigen Huis & Interieur*. Hoofddorp, Sanoma. 2007(3): pp.65-66.

Wikipedia.org (2009). "*Schloß Oranienbaum*." Geraadpleegd 31 Maart 2009 van: http://en.wikipedia.org/wiki/Oranienbaum,_Germany

Wilcox, Claire (Red.). (2001). *Radical Fashion*. London, V&A.

Wilde, Ignace de (1989). *Letter from Brussels; Disegni di design*. Tableau, fine arts magazine. Den Haag. 11(6): p.100.

Wilk, Christopher, Tim Benton, Ian Christie, et al. (2006). *Modernism; Designing a New World 1914-1939*. London, V&A.

Wood, Ghislaine (2007). *The Surreal Body: Fetish and Fashion*. London, V&A.

Wood, Ghislaine & Thimo te Duits (2007). *Vreemde dingen. Surrealisme en design*. Rotterdam, Museum Boymans van Beuningen.

Wright, Richard & Michael Jefferson (2007). *Important Design; session 2 with post war + contemporary art*. Chicago, Wright20.

Zanden, Joanna van der & Renny Ramakers (2000). *do create*. Amsterdam, Kesselskramer & Droog Design.

Zijl, Ida van (1997). *Droog Design 1991-1996*. Utrecht, Centraal Museum.

Herkomst van de afbeeldingen

- [p.8] *Camping electricity outlet* (2008), Zelf genomen foto; Helgouat (Bretagne/Frankrijk); zomer 2008.
- [p.13] Jacques Carelman; *Flowerpot holder* (1969), uit: Carelman; 1984; *Objets Introuvables*; p.126.
- [1.1] D'Adda, Lorenzini, Vigorelli - BDDO; *New MOTOKRZR K1 - Krazy Reflective* (2006), via: [ibelieveinadv.com](http://www.ibelieveinadv.com); <http://www.ibelieveinadv.com/2007/02/motorola-motokrZR-k1/>, geraadpleegd 16 Februari 2010.
- [1.2] Xanti Schawinsky; *Advertising* (1935), uit: Kicherer; 1990; *Olivetti*; p.31.
- [1.3] Nam June Paik; *WatchDog 2 (detail)* (1997), uit: Wright & Jefferson; 2007; *Important Design*; p.XX.
- [1.4] Maxine Naylor & Ralph Ball; *Generic Keypad* (2005), uit: Naylor & Ball; 2005; *Form Follows Idea*; p.62.
- [1.5] Kunstflug; *Electronic hand calculator* (1987), uit: Erhoff et al.; 1990; *Designed in Germany*; p.227.
- [1.6] *Chinese 'Maan' Stoel* – Ming periode (1368 to 1644), herkomst onbekend.
- [1.7] Norbert Roozenburg & Jan Eekels; *Divergentie en Convergentie in het Innovatieproces* (1991), uit: Roozenburg & Eekels; 1991; *Produktontwerpen*; p.12.
- [1.8] *Necker-kubus*, via: [Wikipedia.org](http://en.wikipedia.org/wiki/Necker_Cube); http://en.wikipedia.org/wiki/Necker_Cube, geraadpleegd 3 Mei 2011.
- [1.9] *Welder's Mask* (1930), uit: Antonelli et al.; 2005; *Objects of Design*; p.97.
- [1.10] *Display Stand for Oranges* (1946), uit: Antonelli et al.; 2005; *Objects of Design*; p.251.
- [1.11] Pieter Desmet; *Basic model of emotions* (2002), uit: Desmet; 2002; *Designing Emotions*; p.106.
- [1.12] Thomas van Rompay; *Manipulations* (2005), uit: van Rompay; 2005; *Expressions*; p.96.
- [1.13] Philips by Alessi; *Coffee maker* (1994), uit: Marzano; 2005; *Past tense, future sense*; p.119.
- [1.14] Raymond Loewy; *S1 Locomotive* (1938), uit: Hanks & Hoy; 2005; *American Streamlined Design*; p.15.
- [1.15] Chauncey E. Waltman; *Electric Stand Mixer Model No.3200* (1939), uit: Hanks & Hoy; 2005; *American Streamlined Design*; p.134.
- [1.16] Wayne Leser; *Air Cooled Streamliner Smoking Pipe* (1941), uit: Hanks & Hoy; 2005; *American Streamlined Design*; p.175.
- [1.17] *Twentieth Century Design from the Collection of the Museum of Modern Art*

- (1958-1959), uit: Antonelli et al.; 2005; *Objects of Design*; p.18.
- [1.18] Thomas Fiegl & Achim Pohl; *Muscle Powered Hydrofoil* (1989), uit: Erhoff et al.; 1990; *Designed in Germany*; p.208.
- [1.19] Alexander Rodchenko; *Sun-Lovers* (1932), uit: Wilk et al.; 2006; *Modernism; Designing a New World 1914-1939*; p.248.
- [1.20] Marcel Breuer; *Chair model b5* (1926-1927), uit: Wilk et al.; 2006; *Modernism; Designing a New World 1914-1939*; p.229.
- [1.21] Masanori Umeda; *I Fiori* (1990), uit: Dietz & Mönninger; 1992; *Japan Design*; p.51.
- [1.22] Huib Hoste; *Cupboard* (1927), uit: Bekaert; 2005; *Dromen van een nieuwe tijd. Modernisme tijdens het interbellum*; p.145.
- [1.23] Marcel Breuer; *Broom cupboard from Vogler's private apartment* (1929), uit: Droste et al.; 1999; *Bauhaus Archive Berlin*; p.103.
- [1.24] Aldo Cibic; *Credenza* (1987), uit: Belatti; 1993; *Italiaans New Design*; p.32.
- [1.25] Gerrit Rietveld; *Armchair* (1918), uit: Wilk et al.; 2006; *Modernism; Designing a New World 1914-1939*; p.31.
- [1.26] Maxine Naylor & Ralph Ball; *Rietveld Chair* (2005), uit: Naylor & Ball; 2005; *Form Follows Idea*; p.51.
- [1.27] Aldo Cibic; *Andy, Sandy and Louis* (1987), uit: Belatti; 1993; *Italiaans New Design*; p.35.
- [1.28] René Magritte; *Woordbreuk der beelden* (1928-1929), via Wikipedia.org; http://en.wikipedia.org/wiki/The_Treachery_of_Images, geraadpleegd 2 Mei 2011.
- [1.29] René Magritte; *Sleutel der dromen* (1930), uit: Noël; 1977; *Magritte*; p.33.
- [1.30] Marcel Wanders; *Andries* (1995), uit: Joris et al.; 1999; *Wanders Wonders*; p.48.
- [1.31] *Bau.haus* (1979), uit: Sato; 1988; *Alchimia*; p.17.
- [2.1] Martine Bedin; *Super lamp* (1981), uit: Radice; 1984; *Memphis; Research, Experiences, Results, Failures and Successes of New Design*; p.104.
- [2.2] Ettore Sottsass; *Carlton* (1981), uit: Hofstede et al.; 1989; *Memphis 1981-1988*; p.25.
- [2.3] Javier Mariscal; *Hilton* (1981), uit: Toman; 1993; *Best of Graphis Design*; p.32.
- [2.4] Michael Graves; *Plaza Dressing Table* (1981), uit: Meikle; 2005; *Design in the USA*; p.174.
- [2.5] Nathalie du Pasquier; *Interior drawing* (1982-1983), uit: Hofstede et al.; 1989; *Memphis 1981-1988*; p.62.
- [2.6] Ettore Sottsass; *Beverly cupboard* (1981), uit: Radice; 1984; *Memphis; Re-search, Experiences, Results, Failures and Successes of New Design*; p.72.
- [2.7] Michele de Lucchi; *Riviera chairs* (1981), uit: Radice; 1984; *Memphis; Research, Experiences, Results, Failures and Successes of New Design*; p.73.
- [2.8] Robert Venturi; *Road Scene from God's Own Junkyard* (1964), uit: Venturi et al.; 1972/1977; *Learning from Las Vegas*; p.89.
- [2.9] *Tradewinds Motel, Lakewood California* (1950s), via: Ryan's neat stuff blog; <http://neat-stuff-blog.blogspot.com/>, geraadpleegd 10 februari 2010.
- [2.10] Robert Venturi; *Ceasars Palace sign* (1972), uit: Venturi et al.; 1972/ 1977; *Learning from Las Vegas*; p.59.
- [2.11] Peter Blake; *Roadscape* (1964), uit: Blake; 1964/1979; *God's own Junk-yard*; p.124.
- [2.12] Peter Blake; *Long Island Duckling* (1964), uit: Blake; 1964/1979; *God's own Junkyard*; p.120.

- [2.13] Michael Graves; *The Portland Building* (1980-1982), uit: Jencks; 1984 (1977); *The language of Post-Modern architecture*; Omslag.
- [2.14] *Security Marine Bank, Wisconsin* (1971), uit: Jencks; 1984(1977); *The language of Post-Modern architecture*; p.45.
- [2.15] Kazumasa Yamashita; *Face House* (1974), uit: Jencks; 1984(1977); *The language of Post-Modern architecture*; p.116.
- [2.16] Rem Koolhaas & Zoe Zenghelis; *The City of the Captive Globe* (1972), uit: Jencks; 1984(1977); *The language of Post-Modern architecture*; p.120.
- [2.17] Ettore Sottsass; *Cupboards* (1966), uit: Ambasz et al.; 1972; *Italy: The New Domestic Landscape*; p.119.
- [2.18;2.19] Alessandro Mendini; *Redesigning the Modern Movement* (1978), uit: Sato; 1988; *Alchimia*; pp.197;198.
- [2.20] Alessandro Mendini, Franco Raggi, Daniela Puppa & Paola Navone; *The Banal Object* (1980), uit: Branzi; 1984; *The Hot House, Italian New Wave Design*; p.124.
- [2.21] Alessandro Mendini; *Kandissi Sofa* (1979), uit: Sato; 1988; *Alchimia*; p.13.
- [2.22] Alessandro Mendini; *Proust* (1978), via: Liveauctioneers.com; <http://www.liveauctioneers.com/item/2773855>, geraadpleegd 7 November 2009.
- [2.23] Michele De Lucchi; “*Appliances*” (1979), uit: Radice; 1984; *Memphis; Research, Experiences, Results, Failures and Successes of New Design*; p.22.
- [2.24] Michele De Lucchi; *Girmi* (1979), uit: Branzi; 1984; *The Hot House, Italian New Wave Design*; p.139.
- [2.25] Philips; *Strijkijzer HD1207* (1976), uit: Bakker; 1980; *Design from the Netherlands/Design aus den Niederlanden*; p.48.
- [2.26;2.27] Alchimia; *Occhiomagico* (1983), uit: Sato; 1988; *Alchimia*; p.184.
- [2.28] Stiletto; *Consumer's Rest No.11* (1983-1986), uit: Erlhoff et al.; 1990; *Designed in Germany*; p.209.
- [2.29] Herman Waldenburg; *Früchteschale* (1986), uit: Borngraeber & van der Geer; 1986; *Prototypen: Avantgarde Design uit/aus Berlin*; p.24.
- [2.30] Ulrike Holthofer & Axel Kufus; *Blue Armchair* (1984), uit: Erlhoff et al.; 1990; *Designed in Germany*; p.212.
- [2.31] Stiletto; *Besteck* (1986), uit: Borngraeber & van der Geer; 1986; *Prototypen: Avantgarde Design uit/aus Berlin*; p.29.
- [2.32] Jochen Gros; *Tire Sofa* (1974), uit: Erlhoff et al.; 1990; *Designed in Germany*; p.173.
- [2.33] Axel Stumpf; *Kumpel II* (1986), uit: Borngraeber & van der Geer; 1986; *Prototypen: Avantgarde Design uit/aus Berlin*; p.22.
- [2.34] Kunstflug; *Hocker* (1989), uit: Hauffe; 1994; *Fantasie und Härte*; p.71.
- [2.35] Max Bill, Hans Gugelot & Paul Hildinger; *Ulmer Hocker* (1954), uit: Drukker; 2007; *Modernisme/Postmodernisme*.
- [2.36] Andreas Brandolini; *Pony Express* (1987), uit: Hauffe; 1994; *Fantasie und Härte*; p.110
- [2.37] Gabriel Kornreich; *Lichtkranz Für Die Ewigkeit* (1985), uit: Borngraeber & van der Geer; 1986; *Prototypen: Avantgarde Design uit/aus Berlin*; p.13.
- [2.38] Herbert Jacob Weinand; *Design Galerie Weinand* (1986), uit: Borngraeber & van der Geer; 1986; *Prototypen: Avantgarde Design uit/aus Berlin*; p.29.
- [2.39] Andreas Brandolini; *Living Room* (1987), uit: Erlhoff et al.; 1990; *Designed in*

Germany; p.224.

[2.40] Pentagon (Wolfgang Laubersheimer); *Wagenheberregal* (1986), uit: Hauffe; 1994; *Fantasie und Härte*; p.71.

[2.41] Ginbande; *Klappmöbel* (1985), uit: Albus et al.; 1995; *13 nach Memphis*; p.59.

[2.42] Ron Arad; *Rover Bench* (1981), uit: Albus et al.; 1995; *13 nach Memphis*; p.28.

[2.43] Ron Arad; *Concrete Stereo* (1985), uit: Huygen; 1989; *Brits Design, imago en identiteit*; p.129.

[2.44] Mario Bellini; *Olivetti ET compact 60* (1985), uit: Kicherer; 1990; *Olivetti*; p.109.

[2.45] Daniel Weil; *Morbid Clock* (1982), uit: Branzi; 1984; *The Hot House, Italian New Wave Design*; p.147.

[2.46] Ron Arad; *One-Off-Shop* (1983), uit: McDermott; 1987; *Streetstyle*; p.117.

[2.47] Jon Mills; *Dan Dare Chair* (1987), uit: Huygen; 1989; *Brits Design, imago en identiteit*; p.32.

[2.48] Eagle Toys; *Box-art voor Dan Dare science-fiction speelgoed* (1957), herkomst onbekend.

[2.49] Jamie Reid; *God save the Queen* (1977), uit: Huygen; 1989; *Brits Design, imago en identiteit*; p.140.

[2.50] Daniel Weil; *Verse Calculator* (1984), uit: McDermott; 1987; *Streetstyle*; p.112.

[2.51] Alessandro Mendini; *Renault 5* (1985), uit: Sato; 1988; *Alchimia*; p.181.

[3.1] Aldo Rossi; *Coffee Piazza* (1983), uit: Mendini et al.; 1983; *Tea & Coffee Piazza*; p60.

[3.2] Michael Graves; *Tea Kettle* (1985), via: Michael Graves Design Group; <http://www.michaelgraves.com/mgdg.htm>, geraadpleegd 2 Januari 2009.

[3.3] Philippe Starck; *Juicy Salif* (1988), uit: Gabra-Lidell et al.; 1996; *Alessi; Ontwerpers, Design en Productie*; p.107.

[3.4] Philippe Starck; *Hot Bertaa* (1988), uit: Gabra-Lidell et al.; 1996; *Alessi; Ontwerpers, Design en Productie*; p.15.

[3.5] Hergé; *Objectif Lune* (1953), herkomst onbekend.

[3.6] Philippe Starck; *Juicy Salif* (1988), uit: Gabra-Lidell et al.; 1996; *Alessi; Ontwerpers, Design en Productie*; p.107.

[3.7] Stefano Giovannoni & Guido Venturini; *Girotondo Dish* (1989), uit: Gabra-Lidell et al.; 1996; *Alessi; Ontwerpers, Design en Productie*; p.121.

[3.8] *Mickey Mouse Telephone* (onbekend), via: telephonestones.net; http://www.telephonestones.net/fun_pages/5051.htm, geraadpleegd 16 Maart 2009.

[3.9] Riccardo Dalisi; *Neapolitan coffee-maker studies* (1981-1987), uit: Gabra-Lidell et al.; 1996; *Alessi; Ontwerpers, Design en Productie*; p.58.

[3.10] Riccardo Dalisi; *Neapolitan coffee-maker* (1981), uit: Branzi; 1984; *The Hot House, Italian New Wave Design*; p.137.

[3.11;3.12] Riccardo Dalisi; *Neapolitan coffee-maker* (1987), uit: Gabra-Lidell et al.; 1996; *Alessi; Ontwerpers, Design en Productie*; p.56.

[3.13] Riccardo Dalisi; *Twergi Coffee Mill* (1990), uit: Gabra-Lidell et al.; 1996; *Alessi; Ontwerpers, Design en Productie*; p.110.

[3.14] Stefano Giovannoni & Guido Venturini; *Girotondo Egg Cup* (1989), uit: Gabra-Lidell et al.; 1996; *Alessi; Ontwerpers, Design en Productie*; p.121.

[3.15] Guido Venturini; *Gino Zucchino* (1993), herkomst onbekend.

- [3.16] Guido Venturini; *Ontwerpschetsen voor Gino Zucchini* (1993), uit: Gabra-Lidell et al.; 1996; Alessi; *Ontwerpers, Design en Productie*; p.133.
- [3.17] Koziol; *Sharky* (1991), via: Koziol; 2007; http://www.koziol.de/wDeutsch/made_in_germany/history.php?navid=52, geraadpleegd 2 Januari 2009.
- [3.18] Koziol; *Tweety* (1996), via: Koziol; 2007; http://www.koziol.de/wDeutsch/made_in_germany/history.php?navid=52, geraadpleegd 2 Januari 2009.
- [3.19] Eva Zeisel; *Town and Country dinnerware* (1947), uit: Meikle; 2005; *Design in the USA*; p.53.
- [3.20] Eva Zeisel; *Town and Country dinnerware* (1947), uit: Kirkham et al.; *Women Designers in the USA*; p.355. [2.46] Ron Arad; *One Off shop* (1983), uit: McDermott; 1987; *Streetstyle*; p.117.
- [3.21] Philips; *Roller Radio and Roller II Sound Machine* (1986-1987), uit: Bekooy et al.; 1994; *Philips Honderd, 1891-1991*; p.186.
- [3.22] Philips; *Moving Sound advertisement* (1987), uit: Bekooy et al.; 1994; *Philips Honderd, 1891-1991*; p.186.
- [3.23] Philips; *Fashion Sound* (1987), uit: Bekooy et al.; 1994; *Philips Honderd, 1891-1991*; p.187.
- [3.24] Philips; *Je m'apelle Moving Sound* (1987), uit: Marzano; 2005; *Past tense, future sense*; p.507.
- [3.25] Sony; *Transound Ghettblaster* (1985), uit: Horn; 1986; *Memphis*; p.90.
- [3.26] AudioTechnica; *Soundburger* (1984), via: Retro Thing, Vintage Gadgets & Technology; http://www.retrothing.com/2005/11/sound_burger_vi.html, geraadpleegd 18 Januari 2010.
- [3.27] Philips; *Color TV* (1990), uit: Bekooy et al.; 1994; *Philips Honderd, 1891-1991*; p.187.
- [3.28] Philips; *Roller Radio Bazooka* (1988-1989), uit: Muller; 1990; *Vormgeven*; p.298.
- [3.29] Philips; *the Collection (Centenary Collection)* (1991), uit: Marzano; 2005; *Past tense, future sense*; p.331.
- [3.30] Philips; *Matchline System* (1988), uit: Bekooy et al.; 1994; *Philips Honderd, 1891-1991*; p.191.
- [3.31] Philips; *The Philips Explorers* (1988), uit: Bekooy et al.; 1994; *Philips Honderd, 1891-1991*; p.185.
- [3.32-3.35] Alessandro Mendini; *Here's looking at you, kid* (1993), uit: Marzano et al.; 1995; *Televisie op de tweesprong*; pp.35;36.
- [3.36] *Huiskamer met televisie in de jaren '50*, herkomst onbekend.
- [3.37] Benny Leong; *Vliegend Tapijt* (1993), uit: Marzano et al.; 1995; *Televisie op de tweesprong*; p.39.
- [3.38;3.39] Khodi Feiz; *Vroege Vogel* (1993), uit: Marzano et al.; 1995; *Televisie op de tweesprong*; pp.114;115.
- [3.40] Graham Hinde; *Spel van Kat en Muis* (1993), uit: Marzano et al.; 1995; *Televisie op de tweesprong*; p.117.
- [3.41] Andrea Branzi; *Naar een post-televisie maatschappij* (1993), uit: Marzano et al.; 1995; *Televisie op de tweesprong*; p.62.
- [3.42] Lacides Marquez; *Informatiebalie* (1993), uit: Marzano et al.; 1995; *Televisie op*

de tweesprong; p.68.

[3.43;3.44] Francis Chu; *Het geheime stekje van de kunstenaar* (1993), uit: Marzano et al.; 1995; *Televisie op de tweesprong*; pp.104;106.

[3.45] Ettore Sottsass; *Casablanca* (1981), uit: Horn; 1986; *Memphis*; p.70.

[3.46] Francis Chu; *Plezier op het Spoor* (1993), uit: Marzano et al.; 1995; *Televisie op de tweesprong*; p.27.

[3.47] Philips; *Ludic Robots* (1996), uit: Baxter et al.; 1996; *Vision of the future*; p.121

[3.48] Philips; *Bedroom products* (1996), uit: Baxter et al.; 1996; *Vision of the future*; p.107

[3.49] Philips by Alessi; *Product range* (1994), uit: Marzano; 2005; *Past tense, future sense*; p.237.

[3.50] Philips by Alessi; *Workshop* (1994), uit: Marzano; 2005; *Past tense, future sense*; p.242.

[3.51] Philips by Alessi; *Design Sketches* (1994), uit: Marzano; 2005; *Past tense, future sense*; p.242.

[3.52] Philips Alessi; *Promotiemateriaal* (1994), uit: Simon Thomas; 2008; *Goed in vorm*; p.210.

[3.53] Alessandro Mendini; *Groninger Museum* (1994), via: Speesh; Picasa Web Albums; <http://picasaweb.google.com/speesh/GroningenHolland110408#5189920588436519410>, geraadpleegd 4 Januari 2009.

[3.54] Philips; *HR1340 – Billy*, herkomst onbekend.

[3.55] Philips; *Bob* (1993), uit: Philips; 1998; *Annual Report*; p.23.

[3.56] *p.s. de laatste woon-trends in telegramstijl* (1991), uit: Elle Wonen; 1991 (1/1); Voorkant;p.142.

[3.57] Philippe Starck; *Excalibur* (1995), uit: Sweet; 1999; *Philippe Starck: Subverchic Design*; p.57.

[4.1] *Invitation* (1993), uit: Ramakers et al.; 2006; *Simply Droog*; p.167.

[4.2] Tejo Remy; *Chest of drawers* (1991), uit: Teunissen & van Zijl; 2000; *Droog & Dutch Design*; p.110.

[4.3] Tejo Remy; *Chest of drawers* (1991), uit: Elzinga; 2007; *Droog Design; Ini-tiatief & Inspiratie*; p.69.

[4.4] Marcel Wanders; *Setup Shades* (1989), uit: Teunissen & van Zijl; 2000; *Droog & Dutch Design*; p.169.

[4.5] Matteo Thun; *Hollywood* (1989), uit: Belatti; 1993; *Italiaans New Design*; p.152.

[4.6] Arnout Visser; *Archimedes* (1990), uit: Ramakers; 1993; *De rust van de stilte*; p.48.

[4.7] Peter van der Jagt; *Bottoms up* (1993), uit: Teunissen & van Zijl; 2000; *Droog & Dutch Design*; p.71.

[4.8] Gijs Bakker; *Koffiezetapparaat* (1980-1982), uit: Boelen; 2010; *Emmy + Gijs + Aldo*; p.37

[4.9] Dick van Hoff; *Stop* (1996), uit: Teunissen & van Zijl; 2000; *Droog & Dutch Design*; p.57

[4.10] Maxine Naylor & Ralph Ball; *Coffee Table Book Table* (1997-98), uit: Naylor & Ball; 2005; *Form Follows Idea*; p.31.

[4.11] Maxine Naylor & Ralph Ball; *The Complete History of Shelf Supports* (1997-98), uit: Naylor & Ball; 2005; *Form Follows Idea*; p.30.

[4.12] Maxine Naylor & Ralph Ball; *Greystack Prototype* (2003), uit: Naylor & Ball; 2005; *Form Follows Idea*; p.93.

- [4.13] Marcel Wanders; *Knotted chair* (1995), uit: Teunissen & van Zijl; 2000; *Droog & Dutch Design*; p.171.
- [4.14] Jurgen Bey; *Tree trunk bench* (1999), uit: Teunissen & van Zijl; 2000; *Droog & Dutch Design*; p.40.
- [4.15] Jurgen Bey; *Tree trunk bench* (1999), uit: Ramakers et al.; 2006; *Simply Droog*; p.213
- [4.16] *Schloß Oranienbaum* (17th century), via: Wikipedia.org; http://en.wikipedia.org/wiki/Oranienbaum,_Germany, geraadpleegd 31 Maart 2009.
- [4.17] George Nakashima; *Conoid*" (1960s), via: Sotheby's ; 2008; *Important 20th Century Design - 14 June 2006 - New York*; http://www.sothebys.com/app/live/lot/LotDetail.jsp?sale_number=N08214&live_lot_id=112, geraadpleegd 15 Augustus 2008.
- [4.18] Richard Hutten; *Table concept* (1990), uit: van Hinte; 2002; Richard Hutten, taking form making form; p82.
- [4.19] Richard Hutten; *Skyline Rotterdam* (1995), uit: van Hinte; 2002; *Richard Hutten, taking form making form*; p.82.
- [4.20] Richard Hutten; *Thing 7* (2000), uit: van Hinte; 2002; *Richard Hutten, taking form making form*; p.8.
- [4.21] Ginbande; *Kindermöbel* (1991), uit: Albus et al.; 1995; *13 nach Memphis*; p.58
- [4.22] Richard Hutten; *Dombo Mug in Use* (2001), uit: Hutten et al.; 2006; *Richard Hutten, works in use*; p.135.
- [4.23] Richard Hutten; *Sexy Relaxy* (2004), uit: Hutten et al.; 2006; *Richard Hutten, works in use*; p.65.
- [4.24] Richard Hutten; *Sexy Relaxy* (2002), uit: van Hinte; 2002; *Richard Hutten, taking form making form*; p.78.
- [4.25] Jurgen Bey; *do add/Short Leg* (2000), uit: van der Zanden & Ramakers; 2000; *do create*; p.21.
- [4.26] Jurgen Bey; *do add/Short Leg* (2000), uit: van der Zanden & Ramakers; 2000; *do create*; omslag.
- [4.27] Stang; *do add/Short Leg instructions* (2000), uit: van der Zanden & Ramakers; 2000; *do create*; p.21.
- [4.28] Frank Tjepkema & Peter van der Jagt; *do break* (2000), uit: van der Zanden & Ramakers; 2000; *do create*; p.18.
- [4.29] Djoke de Jong; *Curtain with dressmaker's pattern* (1993), uit: Ramakers et al.; 2006; *Simply Droog*; p.33.
- [4.30;4.31] 5.5 (*cinqinq*) Designers; *do screw* (2005), uit: Kessels & Whisnand; 2006; *One hundred and one things to do*; pp.62;64.
- [4.32] Pierre Cardin; *International Cigarette* (1982), uit: Sudjic; 1989; *Cult Heroes*; p.61.
- [4.33] Richard Hutten; *Table Sofa by Sawaya & Moroni* (1999), uit: van Hinte; 2002; Richard Hutten, taking form making form; p.34.
- [4.34] Pentagon; *Wagenheberregal* (1986), uit: Hauffe; 1994; *Fantasie und Härte*; p.71.
- [4.35] Arnout Visser; *Microwave Plate* (1997), uit: Teunissen & van Zijl; 2000; *Droog & Dutch Design*; p.154.
- [5.1] *How to live in a flat* (1936), uit: Huygen; 1989; *Brits Design, imago en identiteit*; p.117
- [5.2] Man Ray; *Cadeau* (1921), uit: Wood & te Duits; 2007; *Vreemde dingen; Surrealisme en Design*; p.39.

- [5.3] Meret Oppenheim; *Objet* (1936), uit: Wood & te Duits; 2007; *Vreemde dingen; Surrealisme en Design*; pp.22-23.
- [5.4] Salvador Dalí; *Aphrodisiac Telephone* (1936), via: Photo - My little World; Picasa Web Albums; <http://picasaweb.google.com/pixbyRakeshMathur/MyLittleWorld02#5072081131332485634>, geraadpleegd 15 Januari 2009.
- [5.5] George Platt Lynes; *Model dressed in Lobster, with Salvador Dalí* (1939), uit: Wood & te Duits; 2007; *Vreemde dingen; Surrealisme en Design*; p.103.
- [5.6] Salvador Dalí & Edward James; *Armchair* (1936), uit: Wood & te Duits; 2007; *Vreemde dingen; Surrealisme en Design*; p.27.
- [5.7] Meret Oppenheim; *Table with Bird Feet* (1939-1982), uit: Bhattacharya-Stettler et al.; 2007; *Meret Oppenheim - Retrospective*; p.318.
- [5.8] Salvador Dalí & Edward James; *Mae West Lips Sofa* (1938), uit: Wood & te Duits; 2007; *Vreemde dingen; Surrealisme en Design*; p.28.
- [5.9] Salvador Dalí; *Ruby-Red Lip Brooch* (1949), uit: Wood & te Duits; 2007; *Vreemde dingen; Surrealisme en Design*; p.164.
- [5.10] Leonor Fini; *Corset Chair* (1939), uit: Wood & te Duits; 2007; *Vreemde dingen; Surrealisme en Design*; p.18.
- [5.11] Isamu Noguchi; *Radio Nurse Speaker* (1937), uit: Antonelli et al.; 2005; *Objects of Design*; p.250.
- [5.12] *Gallery Ratton* (1936), uit: Bhattacharya-Stettler et al.; 2007; *Meret Oppenheim - Retrospective*; p.153.
- [5.13] George Hoyningen-Huene; *Model posing in front of Armoire Anthropomorphe at the Galery Drouin* (1939), uit: Wood & te Duits; 2007; *Vreemde dingen; Surrealisme en Design*; p.17.
- [5.14] Man Ray; *Model dressed in a Vionnet evening-dress, with the Brouette by Oscar Dominguez* (1937), uit: Wood & te Duits; 2007; *Vreemde dingen; Surrealisme en Design*; p.125.
- [5.15] George Platt Lynes; *Helen Bennett with umbrella and mask* (1938), uit: Baudot; 2001; *Fashion & Surrealism*; p.72.
- [5.16] Elsa Schiaparelli; *Hat designs* (1937), uit: Baudot; 2001; *Fashion & Surrealism*; p.25.
- [5.17] Elsa Schiaparelli; *Gloves with fingernails* (1936-1937), uit: Wood; 2007; *The Surreal Body: Fetish and Fashion*; p.75.
- [5.18] Meret Oppenheim; *Fur Gloves* (1936-1939), uit: Bhattacharya-Stettler et al.; 2007; *Meret Oppenheim - Retrospective*; p.152.
- [5.19] Man Ray; *Coat Stand* (1920-1975), uit: Wood & te Duits; 2007; *Vreemde dingen; Surrealisme en Design*; p.13.
- [5.20] Robert Gober; *Untitled* (1992), uit: Wood & te Duits; 2007; *Vreemde dingen; Surrealisme en Design*; pp.204-205.
- [5.21] René Magritte; *Het Rode Model* (1935), uit: Noël; 1977; *Magritte*; p.27.
- [5.22] Hans Bellmer; *La Poupée* (1934), uit: Schneede; 1973; *Surrealism*; p.48.
- [5.23] Philippe Starck; *Teddy Bear Band* (1998), uit: Sweet; 1999; *Philippe Starck: Sub-verchic Design*; p.55.
- [5.24] Marcel Breuer; *Nest of tables* (1925-1927), uit: Wilk et al.; 2006; *Modernism; Designing a New World 1914-1939*; p.229.

- [5.25] Bathseba Grossman; *QuinMgx* (2005), via: bathseba.com; <http://www.bathsheba.com/gallery/mgx/>, geraadpleegd 3 Mei 2011.
- [5.26] Ted Noten; *Haunted by 36 women/ Pig Bracelet* (2009), via: www.tednoten.com; geraadpleegd 20 april 2010.
- [5.27] Ted Noten; *Haunted by 36 women/ Pig Bracelet* (2009), uit: Baar et al.; 2009; *Dutch Design Yearbook*; p.45.
- [6.1] George Nakashima; *Conoid* (1960s), via: Sotheby's ; 2008; *Important 20th Century Design - 14 June 2006 - New York*; http://www.sothebys.com/app/live/lot/Lot_Detail.jsp?sale_number=N08214&live_lot_id=112, geraadpleegd 15 Augustus 2008.
- [6.2;6.3] Andrea Branzi; *Animali Domestici* (1985), uit: Burkhardt & Morozzi; 1996; *Andrea Branzi*; p.99.
- [6.4] Jurgen Bey; *Tree trunk bench* (1999), uit: Teunissen & van Zijl; 2000; *Droog & Dutch Design*; p.40.
- [6.5] Alessandro Mendini; *Blazing Chair* (1975), uit: Sato; 1988; *Alchimia*; pp.196-197.
- [6.6] Maarten Baas; *Smoke - Gaudi Calvet Chair* (2004), uit: Baas & den Herder; 2009; *BAAS*; p.4.
- [6.7] Maarten Baas; *Smoke Chair* (2002), herkomst onbekend.
- [6.8] Man Ray; *Salvador Dalí's Store window mannequin at the Exposition internationale du Surréalisme, Paris* (1938), uit: Baudot; 2001; *Fashion & Surrealism*; p.20.
- [6.9] KEUPR/vanBENTM; *Mans outfit* (1999), uit: Teunissen & van Zijl; 2000; *Droog & Dutch Design*; p.95.
- [6.10] Alessandro Mendini; *Costume interior* (1982), uit: Sato; 1988; *Alchimia*; p.80.
- [6.11] Alessandro Mendini; *Dress Furniture* (1982), uit: Branzi; 1984; *The Hot House, Italian New Wave Design*; p.134.
- [6.12] Marcel Rochas; *Seagull* (1934), uit: Baudot; 2001; *Fashion & Surrealism*; p.25
- [6.14] Nathan Crilly; *Basic Framework of Product Communication* (2004), uit: Crilly et al.; 2004; *Seeing Things*; p.551.
- [6.15] Davide Mercatali & Paolo Pedrizzetti; *Evolutionary Electric Household Appliance* (1982), uit: Sato; 1988; *Alchimia*; p.41.
- [6.16] Franco Raggi; *Metamorfosi 1 & 2* (1988), uit: Belatti; 1993; *Italiaans New Design*; p.20
- [6.17] Hella Jongerius; *Fragile Bottles* (2000), uit: Reinewald; 2000; *AVA Award*; p.81.
- [6.18] Oscar Dominguez; *Brouette* (1937), uit: Wood & te Duits; 2007; *Vreemde dingen; Surrealisme en Design*; pp.124-125.
- [6.19] Salvador Dalí; *Vénus de Milo aux tiroirs* (1936/1964), uit: Wood & te Duits; 2007; *Vreemde dingen; Surrealisme en Design*; p.95.
- [6.20] Masanori Umeda; *Tawaraya* (1981), uit: Horn; 1986; *Memphis*; p.74.
- [6.21] Masanori Umeda; *Tawaraya* (1981), uit: Radice; 1984; *Memphis; Research, Experiences, Results, Failures and Successes of New Design*; pp.80;81.
- [6.22] Hans Hollein; *Coffee Piazza* (1983), uit: Mendini et al.; 1983; *Tea & Coffee Piazza*; pp.40-41.
- [6.23;6.24] Kazuyo Sejima & Ryue Nishizawa; *Coffee Piazza* (2003), uit: Mendini et al.; 2003; *thee & koffietorens*; pp.170;171.
- [6.25;6.26] Tom Kovac; *Coffee Piazza* (2003), uit: Mendini et al.; 2003; *thee & koffietorens*; pp.114;115.

- [6.27] Cinzia Ruggeri; *Image of Levi-Strauss* (1984), uit: Sato; 1988; *Alchimia*; p.157
- [6.28] Giorgio de Chirico; *Kostuum voor een mannelijke gast* (1929), uit: Wood & te Duits; 2007; *Vreemde dingen; Surrealisme en Design*; p.63.
- [6.29] Yutaka Hikosawa; *Yuné* (1988), uit: Dietz & Mönninger; 1992; *Japan Design*; p.2.
- [6.30] Andrea Branzi; *Toothpickholder* (1992), uit: Gabra-Lidell et al.; 1996; *Alessi; Ontwerpers, Design en Productie*; p.110.
- [6.31] Masonori Umeda; *Rose Chair* (1991), uit: Dietz & Mönninger; 1992; *Japan Design*; p.52.
- [6.32] Philippe Starck; *Juicy Salif* (1988), uit: Gabra-Lidell et al.; 1996; *Alessi; Ontwerpers, Design en Productie*; p.107.
- [6.33] Hergé; *Objectif Lune* (1953), herkomst onbekend.
- [6.34] Stefano Giovannoni & Guido Venturini; *Girotondo Dish* (1989), uit: Gabra-Lidell et al.; 1996; *Alessi; Ontwerpers, Design en Productie*; p.121.
- [6.35;6.36] Bertrand Richez; *Verdwijntruc* (1993), uit: Marzano et al.; 1995; *Televisie op de tweesprong*; pp.80;81.
- [6.37] Javier Mariscal; *Garriri* (1980), via: Ketterer Kunst; <http://www.kettererkunst.com/bio/javier-mariscal-1950.shtml>, geraadpleegd 8 December 2008.
- [6.38] Padawan Linea; *Mickey Mouse Sketch* (2007), via: deviantart.com; <http://padawan-linea.deviantart.com/art/Mickey-Mouse-Sketch-63158587>, geraadpleegd 18 December 2009.
- [6.39] Toshiyuki Kita; *Wink* (1980/2006), via: Mocoloco.com; <http://mocoloco.com/archives/002318.php>, geraadpleegd 7 November 2009.
- [6.40] Toshiyuki Kita; *Wink* (1980), uit: Sparke; 1988; *Japanse Vormgeving*; p.126.
- [6.41] Salvador Dalí; *Mae Wests gezicht dat als een surrealistische kamer kan worden gebruikt* (1934-1935), uit: Wood & te Duits; 2007; *Vreemde dingen; Surrealisme en Design*; p.29.
- [6.42] Salvador Dalí & Edward James; *Mae West Lips Sofa* (1938), uit: Wood & te Duits; 2007; *Vreemde dingen; Surrealisme en Design*; p.28.
- [6.44;6.44] Charles Jencks; *Coffee Piazza* (1983), uit: Mendini et al.; 1983; *Tea & Coffee Piazza*; pp.16;44.
- [6.45] *Hot Dog Stand* (1938), uit: Jencks; 1984(1977); *The language of Post-Modern architecture*; p.65.
- [6.46] Damien O'Sullivan; *Solar Lampion* (2007), via: O'Sullivan; 2009.
- [6.47] Masanori Umeda; *Ginza* (1982), uit: Horn; 1986; *Memphis*; p.72.
- [6.48] Horikawa; *Gear Robot* (1960-1970), uit: Emchowicz & Nunnely; 1999; *Future Toys*; p.25.
- [6.49] Peter van der Jagt; *Boormachine* (1993), herkomst onbekend.
- [6.50] Salvador Dalí; *Dream of Venus* (1939), uit: Fanés et al.; 2005; *It's all Dalí: Film, fashion, photography, design, advertising, painting*; p.188.
- [6.51] Le Corbusier; *A Contemporary City for Three Million Inhabitants* (1922), uit: Wilk et al.; 2006; *Modernism; Designing a New World 1914-1939*; p.68.
- [6.52] Renaat Braem; *Linéaire stad: centrale autoweg* (1934), uit: Bekaert; 2005; *Dromen van een nieuwe tijd. Modernisme tijdens het interbellum*; p.145.
- [6.53] Archizoom; *No-stop City, homogenous quarters* (1970), uit: Branzi; 1984; *The Hot House, Italian New Wave Design*; p.67.

- [6.54] Javier Mariscal; *Duplex* (1980), uit: Toman; 1993; *Best of Graphis Design*; p.31
- [6.55] Michael Graves; *Plaza Dressing Table* (1981), uit: Meikle; 2005; *Design in the USA*; p.174.
- [6.56] Matteo Thun; *Hommage To Madonna* (1986), uit: Belatti; 1993; *Italiaans New Design*; p.156.
- [6.57] Michele De Lucchi; *Drawings for Hi-Fi* (1980), uit: Radice; 1984; *Memphis; Research, Experiences, Results, Failures and Successes of New Design*; p.21.
- [6.58] Peter Shire; *Teapots* (1980-1983), uit: Radice; 1984; *Memphis; Research, Experiences, Results, Failures and Successes of New Design*; p.124.
-
- [6.59] Will Alsop; *Coffee Piazza* (2003), uit: Mendini et al.; 2003; *thee & koffietorens*; p.32.
- [6.60] Jurgen Bey; *Tree trunk bench* (1999), uit: Teunissen & van Zijl; 2000; *Droog & Dutch Design*; p.40.
- [6.61] Paul Beckman; *Wandmeubel* (1986), uit: Mous & Crouwel; 1988; *Het meubel verbeeld*; p.31.
- [6.62] Robert Venturi; *Earring* (1982-1986), uit: Radice; 1987; *Jewelry by architects*; p.105.
- [6.63;6.64] Stanley Tigerman; *Coffee Piazza* (1983), uit: Mendini et al.; 1983; *Tea & Coffee Piazza*; p.30.
- [6.65] Stanley Tigerman; *Coffee Piazza* (1983), uit: Mendini et al.; 1983; *Tea & Coffee Piazza*; p.64.
- [6.66] Alessandro Mendini; *Renault 5* (1985), uit: de Wilde; 1989; *Letter from Brussels; Disegni di design*.
- [6.67;6.68] Marcel Wanders; *Egg Speaker & Pandora* (2005), via: Mocoloco.com; <http://mocoloco.com/archives/001380.php>, geraadpleegd 1 November 2009.
- [6.69] Gijs Bakker; *Fruittafel met gaten* (1993), uit: Boelen; 2010; *Emmy + Gijs + Aldo*; p.39.
- [6.70] Joris Laarman; *Heatwave Radiator* (2003), uit: Ramakers et al.; 2006; *Simply Droog*; p.76.
- [6.71] *Gallery Ratton* (1936), uit: Bhattacharya-Stettler et al.; 2007; *Meret Oppenheim - Retrospective*; p.153.
- [6.72] *Porte-bouteilles*, uit: Eigen Huis en Interieur; 2006 (6); p.157.
- [6.73] Andy Warhol; *Boxes* (1964), uit: Livingstone; 1994 (1992); *Pop Art*; p.124.
- [6.74] Ron Arad; *Rover Bench* (1981), uit: Albus et al.; 1995; *13 nach Memphis*; p.28
- [6.75] Axel Stumpf; *Früchteschale* (1984), uit: Hauffe; 1994; *Fantasie und Härte*; p.90
- [6.76] Stiletto; *Consumer's Rest No.11 and Short Rest* (1983-1990), uit: Albus et al.; 1995; *13 nach Memphis*; p.17.
- [6.77] Pablo Picasso; *Tête de taureau* (1942), uit: Besnard-Bernadac; 1987(1985); *Pablo Picasso*; p.114.
- [6.78] Marzio Rusconi Clerici & Laura Agnoletto; *Vollucela Radio* (1986), uit: Belatti; 1993; *Italiaans New Design*; p.180.
- [6.79] Arnout Visser; *Fruit bowl* (1993), uit: Ramakers; 1993; *De rust van de stilte*; p.45.
- [6.80] Marcel Wanders; *Setup Shades* (1989), uit: Joris et al.; 1999; *Wanders Wonders*; p.38
- [6.81] Jasper Morrison; *Flower Pot Table* (1983), uit: Albus et al.; 1995; *13 nach Memphis*; p.118.
- [6.82] Jurgen Bey; *Kokon Table/Chair* (1997), uit: Teunissen & van Zijl; 2000; *Droog & Dutch Design*; p.37.

- [6.83] Les Levine; *Untitled* (1965), uit: Constantine & Drechsler; 1966; *The Object Transformed*; p.20.
- [6.84] Jurgen Bey & Jan Konings; *Kokon Chairs* (1997-1999), uit: Ramakers et al.; 2006; *Simply Droog*; p.29.
- [6.85] Bazilebustamante; *Table* (1985), uit: Mous & Crowwel; 1988; *Het meubel verbeeld*; p.29.
- [6.86] Tejo Remy; *Chest of drawers* (1991), uit: Ramakers et al.; 2006; *Simply Droog*; p.27.
- [6.87] Alessandro Mendini; *Furniture of No Return* (1978), uit: Sato; 1988; *Alchimia*; p.15.
- [6.88] Jurgen Bey; *Lamp 'Shade Shade'* (1999), uit: Ramakers et al.; 2006; *Simply Droog*; p.26
- [6.89] Jurgen Bey; *St Petersburg stoel* (2003), uit: Ramakers et al.; 2006; *Simply Droog*; p.32.
- [6.90] Piet Hein Eek; *Kerkaamkast* (1994), uit: Fraser et al.; 2007; Boek; p.38.
- [6.91] Achille & Pier Giacomo Castiglioni; *Mezzadro Seat* (1955), uit: Ambasz et al.; 1972; Italy: *The New Domestic Landscape*; p.102.
- [6.92] Rody Graumans; *85 lamps* (1993), uit: Ramakers et al.; 2006; *Simply Droog*; p.76.
- [6.93] Axel Stumpf; *Kumpel II* (1986), uit: Erloff et al.; 1990; *Designed in Germany*; p.208.
- [6.94] Maxine Naylor & Ralph Ball; *Transparent Table* (1997), uit: Naylor & Ball; 2005; *Form Follows Idea*; p.62.
- [6.95] Gijs Bakker; *Paraplulamp* (1983), uit: Simon Tomas; 2008; *Goed in vorm*; p.178.
- [6.96] 5.5 (cinqinq) Designers; *do screw* (2005), uit: Kessels & Whisnand; 2006; *One hundred and one things to do*; p.64.
- [6.97] Meret Oppenheim; *Squirrel* (1969), uit: Bhattacharya-Stettler et al.; 2007; *Meret Oppenheim - Retrospective*; p.150.
- [6.98] Ulrike Holthofer & Axel Kufus; *Blue Armchair* (1984), uit: Erloff et al.; 1990; *Designed in Germany*; p.212.
- [6.99] Jochen Gros; *Tire Sofa* (1974), uit: Erloff et al.; 1990; *Designed in Germany*; p.173.
- [6.100] Ron Arad; *Concrete Stereo* (1985), uit: Huygen; 1989; *Brits Design, ima-go en identiteit*; p.129.
- [6.101] Heinz Landes; *Solid* (1986), uit: Hauffe; 1994; *Fantasie und Härte*; p.84.
- [6.102] Stiletto; *Besteck* (1986), uit: Borngraeber & van der Geer; 1986; *Prototypen: Avantgarde Design uit/aus Berlin*; p.29.
- [6.103] Nathalie du Pasquier; *Coral* (1984), uit: Horn; 1986; *Memphis*; p.73.
- [6.104] Peter Shire; *Book Cover* (1981), uit: Radice; 1984; *Memphis; Research, Experiences, Results, Failures and Successes of New Design*; p.83.
- [6.105] Ettore Sottsass & Christoph Radl; *ABET Decorative Laminates* (1979-1983), uit: Sotsass et al.; 1988; *Sottsass Associates*; pp.42-43.
- [6.106] *Più Glasnost, più Diafos.* (1987), uit: Hofstede et al.; 1989; *Memphis 1981-1988*; p.60
- [6.107] Ettore Sottsass; *Laminate furniture* (1967), uit: Branzi; 1984; *The Hot House, Italian New Wave Design*; p.18.
- [6.108] André Riemens; *Concrete* (1987), uit: Bürdek; 1996; *Design*; p.224.
- [6.109] Dick van Hoff; *Washbasin* (1996), uit: Teunissen & van Zijl; 2000; *Droog & Dutch Design*; p.56.
- [6.110] Jeanine Keizer & Piet Hein Eek; *Pilaarkasten* (1995), uit: Fraser et al.; 2007; *Boek*; p.58.
- [6.111] Claes Oldenburg; *Soft Washstand (ghost version)* (1965), uit: Livingstone et al.;

- 1994 (1992); *Pop Art*; p.108.
- [6.112] Daniel Weil; *Radio* (1981), uit: Huygen; 1989; *Brits Design, imago en identiteit*; p.124
- [6.113] Volker Albus; *Römerberg* (1987-1988), uit: Erhoff et al.; 1990; *Designed in Germany*; p.223.
- [6.114] Piero Gilardi; *I Sassi* (1967), uit: Ambasz et al.; 1972; *Italy: The New Domestic Landscape*; p.119.
- [6.115] Tejo Remy; *Rag chair* (1991), uit: Teunissen & van Zijl; 2000; *Droog & Dutch Design*; p.112.
- [6.116] Andreas Möller; *Boll Box* (1994), uit: Teunissen & van Zijl; 2000; *Droog & Dutch Design*; p.104.
- [6.117] Philippe Starck; *Jim Nature* (1994), uit: Antonelli et al.; 2005; *Objects of Design*; p.171.
- [6.118] Alessandro Mendini; *Coffee Piazza* (2003), uit: Mendini et al.; 2003; *thee & koffietorens*; p.187.
- [6.119] Richard Hutten; *Bronto Constructionless Children's Chair* (1996), uit: Hutten et al.; 2006; *Richard Hutten, works in use*; p.54.
- [6.120] Piet Hein Eek; *Sloophoutenkasten* (1990), uit: Fraser et al.; 2007; *Boek*; p.18
- [6.121] Hella Jongerius; *Fragile Bottles* (2000), uit: Reinewald; 2000; *AVA Award*; p.81.
- [6.122] Hella Jongerius; *Delft Blue B-set, Jug* (2001), via: www.jongeriuslab.com; http://www.jongeriuslab.com/site/html/work/delfts_b_set/07/, Geraadpleegd 14 December 2010.
- [6.123] Peter van der Jagt; *Bottoms up* (1993), uit: Teunissen & van Zijl; 2000; *Droog & Dutch Design*; p.71.
- [6.124] *Penny-Farthing Race* (2008), via: abc-news; <http://www.abc.net.au/news/stories/2008/02/25/2171254.htm>, geraadpleegd 11 augustus 2009.
- [6.125] Architectonica; *Madonna* (1984), uit: Horn; 1986; *Memphis*; p.64.
- [6.126] Marcel Duchamp; *Fountain (Fuente)* (1917 (1964)), uit: Museu Nacional d'Art de Catalunya; 2008; *Duchamp, Man Ray, Picabia*; p.34.
- [6.127] Denis Santachiara; *Cicalino* (1992), uit: Albus et al.; 1995; *13 nach Memphis*; p.143.
- [6.128] Wouter Eggink & JW Drukker; *Pastiche op Woordbreuk der beelden/ La Trahison des Images* (2010), zelf samengesteld uit [1.28] en [1.29].
- [6.129] Charles Eames; *Lounge Chair* (1956), via: diarodiviaggio.wordpress.com; <http://diarodiviaggio.wordpress.com/2008/08/25/il-lavoro-di-gruppo/eames-lounge-chair/>, geraadpleegd 11 December 2009.
- [6.130] Maxine Naylor & Ralph Ball; *Stack of One* (2003), uit: Naylor & Ball; 2005; *Form Follows Idea*; p.99.
- [6.131] Robert Venturi; *The Village* (1988), uit: Kolsteren; 1998(1992); *Architecten en Design: Robert Venturi*; p.27.
- [6.132] Salvador Dalí; *Aphrodisiac Telephone* (1936), uit: Wood & te Duits; 2007; *Vreemde dingen; Surrealisme en Design*; pp.104-105.
- [6.133] Alessandro Mendini; *Kandissi Sofa Design Drawing* (1978), uit: Sato; 1988; *Alchimia*; p.10.
- [6.134] Matteo Thun; *Columbina Superba* (1982), uit: Radice; 1984; *Memphis; Research, Experiences, Results, Failures and Successes of New Design*; p.165.
- [6.135] Rouli Lecatsa; *Mediengeil* (1984), uit: Erhoff et al.; 1990; *Designed in Germany*;

p.212.

[6.136] Mattia Di Rosa; *Carlo, the Ghost from the Bottle* (1994), via: design-shrine.net; <http://designshrine.net/2008/05/30/modern-barware-for-a-sizzling-summer-social/>, geraadpleegd 11 december 2009.

[6.137] Jurgen Bey; *Gardening Bench* (1999), uit: Teunissen & van Zijl; 2000; *Droog & Dutch Design*; p.39.

Afbeeldingen



Over de auteur

Wouter Eggink is geboren op 18 Juli 1972 in Zierikzee. Na het behalen van zijn master of science in Industrieel Ontwerpen aan de TU Delft in 1996, is hij een aantal jaren werkzaam geweest als mechanisch systeem ontwerper bij Holland Signaal in Hengelo (tegenwoordig Thales Nederland). Van 2001 tot 2007 werkte hij met veel plezier als ontwerper en projectleider bij D'Andrea & Evers Design in Enter. Vanaf de start van de opleiding Industrieel Ontwerpen in Twente in 2001, is hij betrokken geweest bij de ontwikkeling van het vormgevingsonderwijs. Eerst als gastdocent en vanaf 2007 als universitair docent in de leerstoel Productontwerp van de faculteit Construerende Technische Wetenschappen.