

Dit ben ik:

Je pasfoto hier!

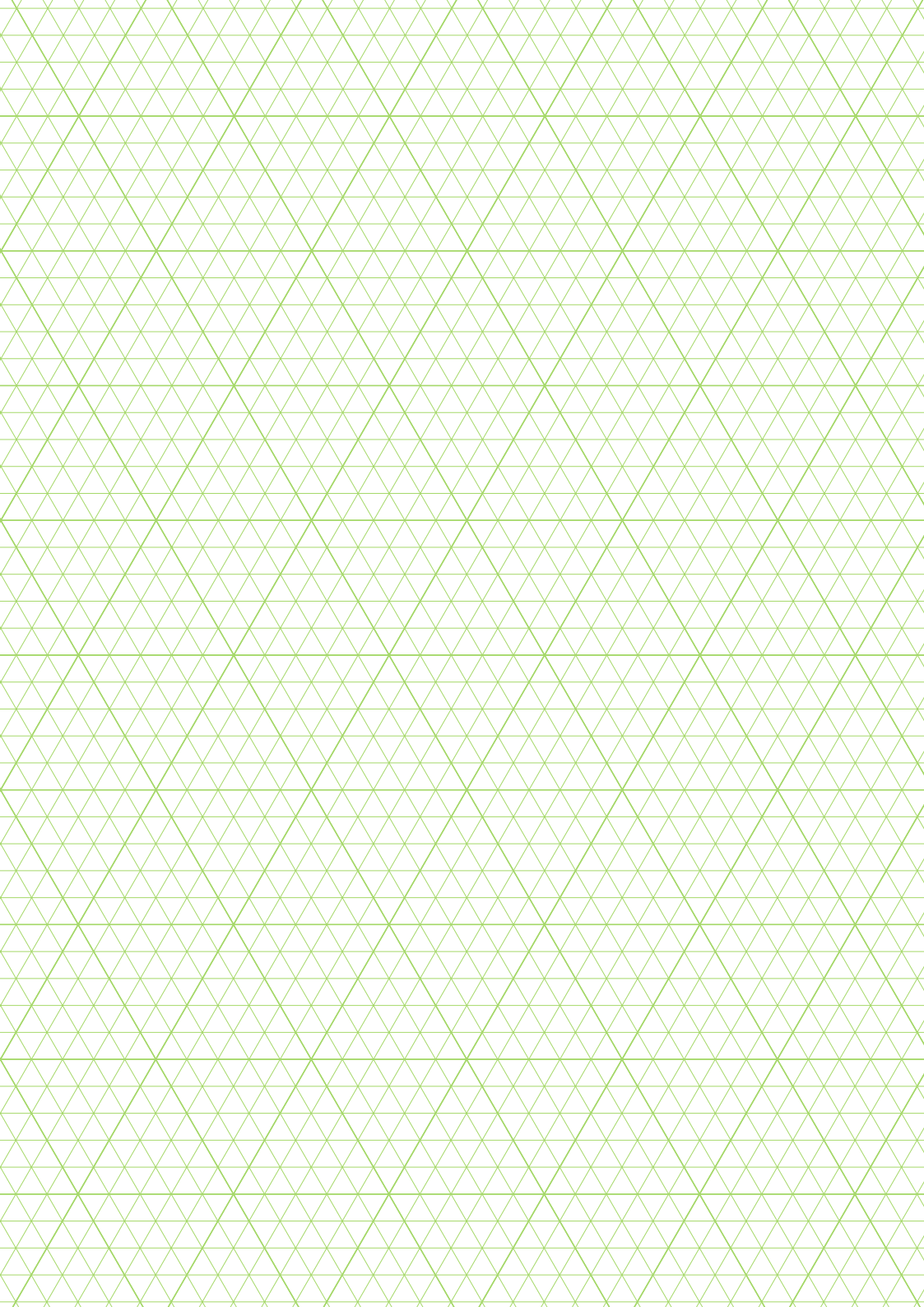
Naam

School

Schrijf alleen met potlood!

En dit is mijn kamer!

Maak een schets van de plattegrond van jouw kamer (hoeft niet heel precies). Geef aan waar bijvoorbeeld je bed, kast, bureau, televisie en andere spullen staan.



**Beantwoord voor jezelf kort de volgende vragen
(je hoeft de antwoorden niet op te schrijven).**

Ligt er tapijt, zeil, laminaat of iets anders op de vloer?

In welke kleur?

Welke kleur heeft de muur of het behang?

Vind je deze kleur bij de kleur van je vloer passen?

Waarom heb je je bed zo neergezet?

En je bureau?

Hoeveel lampen heb je?

Op welke plek staan ze?

Staan er planten? Zo ja, waarom op die plek?

Hangen er posters op de muur?

Waarom heb je ze opgehangen (bijvoorbeeld: 'gezelliger',
'fan van', 'er zat een gat in de muur op die plek')?

Uhm... *Die zain?!*

Heeft dat niet iets met kunst te maken?

Het gebloemde theeservies van je oma is het, de stoelen in het klaslokaal en de fiets of scooter waarmee je naar school rijdt ook. Net als de rode brievenbus op straat, televisies, mp3-spelers, vliegtuigen, tijdschriften, je spijkerbroek en de spullen in je kamer waarvan je net een schets hebt gemaakt. Alles om je heen is vormgegeven door ontwerpers.

Ook over het gebouw en de inrichting van het museum is nagedacht. De kantoren liggen bijvoorbeeld niet midden in het museum. In de zalen waar foto's hangen, is het licht vaak anders dan in de zalen met schilderijen. Niks is dus zomaar.

Design is het Engelse woord voor ontwerp. Maar is alles wat is ontworpen ook design?

En als we het dan toch over design hebben, wat is dan eigenlijk het verschil tussen industriële vormgeving,

vrije vormgeving (zoals een unieke vaas van keramiek of handgemaakte sieraden) en grafische vormgeving?

**Duizelig van al die vragen? Maak je geen zorgen.
Met dit boekje ben jij binnen no time een expert.**

Dwaal door het museum en maak de opdrachten, doe de designtest, pimp de iPod, bedenk zelf een uitvinding en lees hoe snotjes ontwerper Marcel Wanders inspireerden om een vaas te maken.

Verder: leuke weetjes en leesvoer over design.

Begin met het maken van de opdrachten in het museum. Lezen kan ook nog later. Thuis of op school. Bewaar het boekje daarom als je de opdrachten hebt gemaakt!*

Veel plezier!

* Achterin het boekje vind je een lijst waarin je lastige woorden kunt opzoeken. Deze woorden zijn cursief gedrukt.

Het Stedelijk Museum

Je hebt net een plattegrond van je kamer getekend. Van je kamer weet je waarom je je bed naast je raam hebt staan en niet in het midden van de kamer. Of waarom je een lamp op je bureau hebt neergezet en niet op de grond. Maar hoe is het museum eigenlijk ingericht en waarom is het op die manier gedaan?

Loop door het museum. Kijk goed om je heen.

Kijk eens naar de inrichting (het licht, de lampen, de kleur van de muren en vloer).

Waarom denk je dat voor deze inrichting is gekozen?

Noem een aantal opvallende kenmerken van de ruimtes (grootte, inrichting, sfeer).

Loop nu naar een ruimte waar industriële vormgeving te zien is.

Welke verschillen zijn er met de ruimte waar schilderijen of foto's hangen? Noem minstens twee verschillen.

Waarom denk je dat industriële vormgeving op deze manier wordt tentoongesteld?

Industriële producten zijn bijna altijd gebruiksvoorwerpen. De voorwerpen slijten snel als bezoekers ze aanraken. Daarom mag dat in een museum meestal niet. Maar eigenlijk is dat ook best wel raar.

Want hoe kun je dan beoordelen of iets goed werkt?!

Wat zou het museum volgens jou aan dit probleem kunnen doen?

Dat is design!

Vrije vormgeving, grafische vormgeving en industriële vormgeving. Het is allemaal vormgeving, maar wat is het verschil eigenlijk? En heeft dat nou ook allemaal met kunst te maken?

Mooi & handig

Bij industriële vormgeving gaat het om het ontwerpen van gebruiksvoorwerpen. Ook bij vrije vormgeving is dat vaak het geval, maar sommige producten worden meer voor de sier gemaakt zoals bepaalde vazen en serviezen. Vrije vormgeving is een modernere benaming voor toegepaste kunst of kunstnijverheid.

Een ontwerper moet er bij het bedenken en vormgeven van een product rekening mee houden waar het voor gebruikt gaat worden. Een grafisch vormgever moet zorgen dat de flyer die hij voor een feest ontwerpt ook leesbaar is. Een ontwerper die een verpakking voor pudding bedenkt, moet ervoor zorgen dat het materiaal niet lekt en dat de verpakking in de koelkast past.

Autonome kunst

Schilderijen, kunstfoto's of beeldhouwwerken hebben deze praktische functie niet. Dat noemen we autonome ('op zichzelf staande') kunst. Een kunstenaar hoeft niet na te denken of zijn werk wel bruikbaar is.

Industriële vormgeving

Ook industriële vormgeving valt onder vormgeving.

Industriële producten worden meestal machinaal en in grote oplages gemaakt. Dit heet massaproductie. De producten zijn daarom vaak identiek.

Binnen vormgeving tref je ook producten in grotere series aan die door de ontwerper handmatig in plaats van machinaal zijn vervaardigd. Dit wordt vrije vormgeving genoemd. Deze producten zijn een soort kunstzinnige gebruiksobjecten van bijvoorbeeld glas of keramiek. Doordat ze per stuk en met de hand worden gemaakt, verschillen de objecten altijd een beetje van elkaar. Ze zijn dus uniek!

Waar ligt de grens?

Tegenwoordig begeven kunstenaars en ontwerpers zich steeds vaker op elkaars vakgebied. Er valt daarom niet altijd een strikt onderscheid te maken tussen industriële vormgeving en vrije vormgeving. De grenzen tussen de ontwerpgebieden vervagen.

DESIGNTEST

Als een kunstenaar handmatig een serie dezelfde lampen maakt, is dat dan een industrieel product? En als een vormgever een exclusieve vaas ontwerpt, hebben we dan te maken met kunst? En vallen een ketting of een schoen in de museumvitrine onder vrije vormgeving? Soms zijn ze industrieel gemaakt!

De designtest op de volgende pagina helpt je op weg!

Wat hoort waar bij?

*'Design moet de
vanzelfsprekendheid
hebben van een
goed glas bier,
om het Belgisch te
houden, want een
goed glas Franse
wijn wordt evenzeer
gewaardeerd.'*

Geert Bekaert, architectuurcriticus

Doe de Designtest!

Probeer voor elk product te achterhalen of het onder **industriële vormgeving**, **vrije vormgeving**, **autonome kunst** of **grafische vormgeving** valt. Beantwoord daarvoor voor elk product de vragen van de test!

a) De *Do Break*-vazen van Frank Tjepkema en Peter van der Jagt. De vazen zijn bedoeld om op de grond te gooien en kunnen ook in gebarsten vorm worden gebruikt. De barsten zijn altijd anders, zo kan iedereen zijn eigen unieke vaas maken!



b) De wokkel



c) *Het Witte Pak* (zelfportret) van Jim Dine



d) Affiche voor de School of Visual Arts van James Victore



e) De bekertjes, doosjes, rietjes en verpakkingen in een hamburgerrestaurant.



Foto: Grayson Perry

f) Het servies *Victoria* van Vika Mitrichenka



1. De bedenker van het product en de uiteindelijke fabrikant/producent zijn twee verschillende personen.

Ja. Dat wijst in de goede richting. Een industrieel ontwerper staat meestal niet zelf in de fabriek zijn lampen te blazen of een stoel te zagen. Wel blijft de ontwerper meestal nauw betrokken bij het productieproces.

Nee. Aha, de ontwerper of kunstenaar heeft de touwtjes zelf in handen. Waarschijnlijk is dit iets exclusiefs. Dit is autonome kunst of vrije vormgeving.

2. Is het bedoeld om te gebruiken?

Nee helaas. Dit product staat misschien mooi in de vitrinekast of aan de wand. Maar je kunt het nergens voor gebruiken en daarom valt het in ieder geval niet onder industriële vormgeving. Het kan wel autonome kunst, grafische vormgeving of vrije vormgeving zijn.

Ja. Mooi! Een nuttig product dus. Dit gaat de goeie kant op.

3. Denk je dat er maar één exemplaar van het object bestaat (het niet in een bepaalde oplage is verschenen)?

Ja, wow. Je hebt hier iets heel bijzonders in handen. Niet aanraken! Het kan wel eens uniek en veel waard zijn. Dit noemen we vrije vormgeving.

Nee. Goed, dit komt in de buurt. Industriële producten worden meestal gemaakt in samenwerking met een fabrikant en in massaproductie. Daarom zijn er bijna altijd meer van.

4. Maar is het object ook uniek (het enige met precies die vorm of functie)?

Ja. Het product lijkt heel erg op andere producten uit de categorie, maar wijkt steeds net een beetje af doordat bijvoorbeeld het materiaal niet precies hetzelfde is of de decoratieve elementen. Het is daarom uniek in vorm of functie. Dit is vrije vormgeving.

Nee. Gefeliciteerd! Je hebt het industriële product (ook designproduct genoemd) gevonden! De producten zijn bijna altijd een exacte kopie van elkaar.

Kies een object

Kies uit het aanbod industriële vormgeving in het museum een object dat je op het eerste gezicht aanspreekt. Je kunt dit ook met z'n tweeën doen. Er samen over praten werkt goed!

Wat heb je gekozen?

Waarom heb je voor dit object gekozen?

Waar is het object voor bedoeld (denk je)?

Wat viel je het eerste op aan het object?

Beschrijf het object. Wat valt het meest op?

(licht, zwaar, verplaatsbaar/alleen maar op één plek te gebruiken, groot, klein, veelkleurig, met veel/weinig versieringen of details, soort materiaal)

Maak een schets.*

* Eerste hulp bij natekenen:

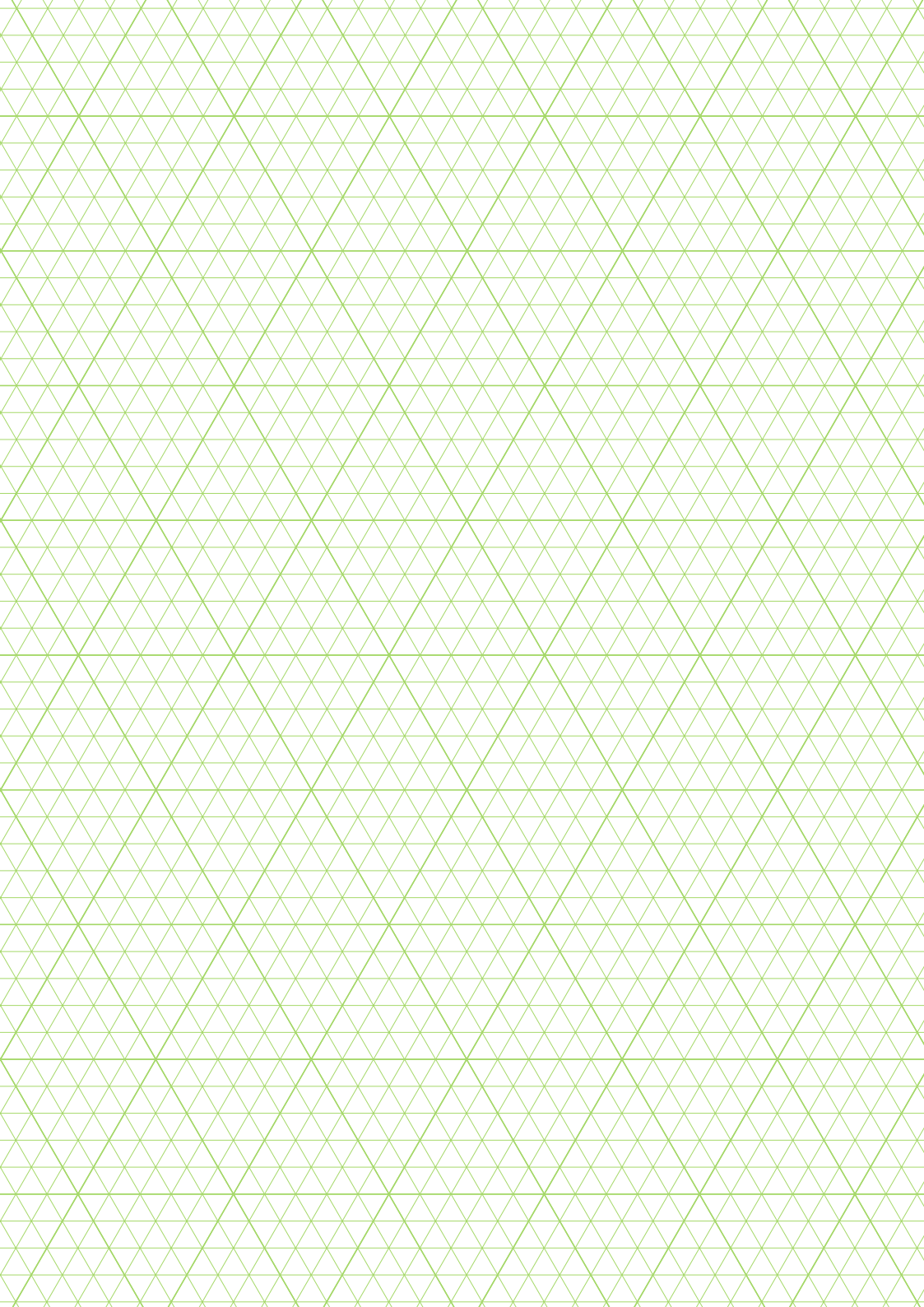
Gebruik het papier op de volgende pagina (isometrisch papier) om een 3D schets te maken! Kies een standpunt van waaruit je het object gaat natekenen (dit heet het maatgevende aanzicht).

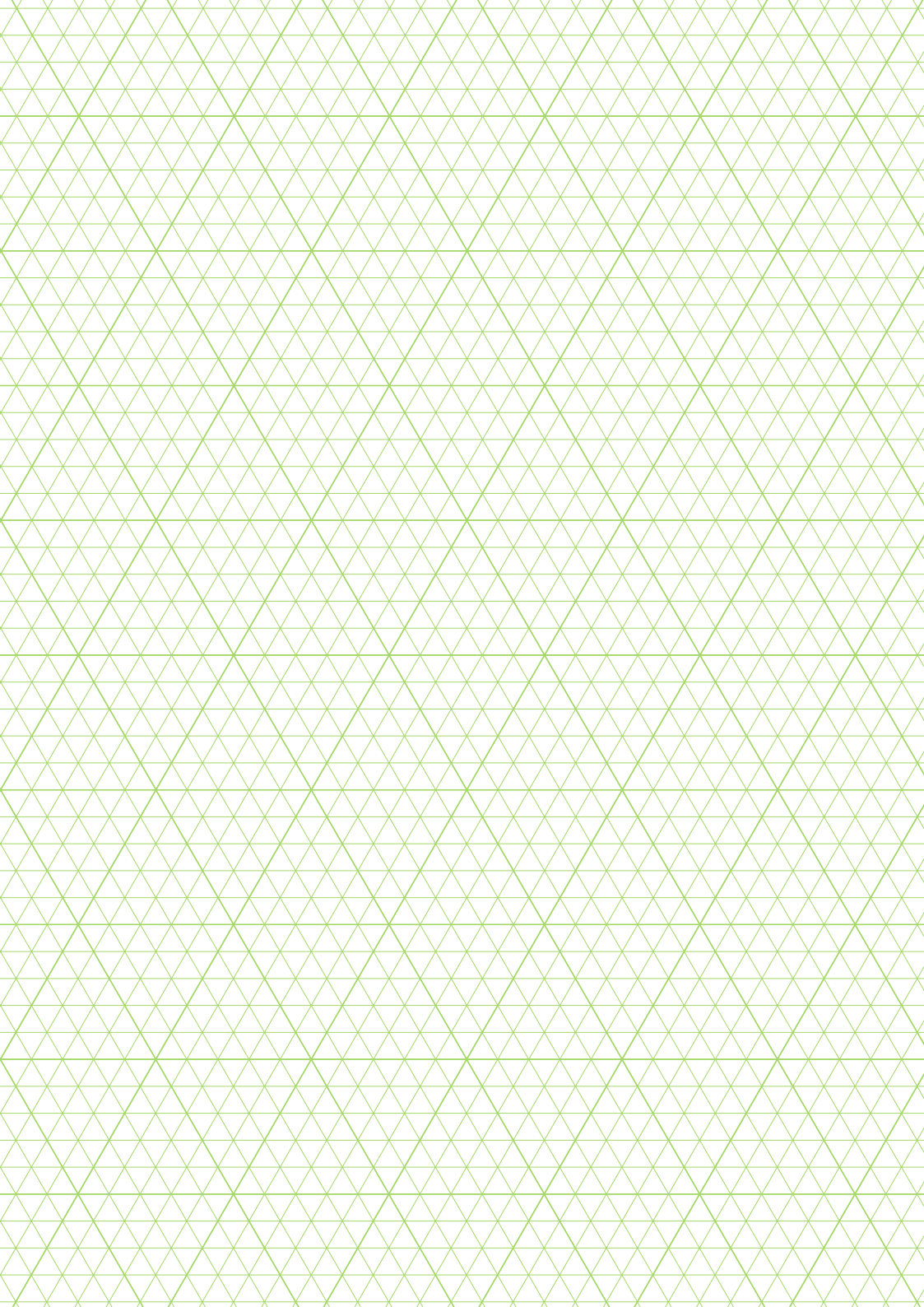
Loop tijdens het tekenen niet weg van het gekozen standpunt!

Teken het object in verhouding. De verhouding kun je bepalen met een pen. Houd de pen daarvoor op ooghoogte vanaf je standpunt. Meet met je pen bijvoorbeeld de poot van een stoel af. Meet vervolgens de breedte van de rugleuning. De verschillende lengtes geven de verhouding weer!

Het papier is een handig hulpmiddel. Als je goed kijkt kun je er kubussen op zien. Daarmee kun je gemakkelijk evenwijdige lijnen trekken en je tekening diepte geven!

Waarom denk je dat de ontwerper voor deze vorm heeft gekozen? (bedenk waar je het product voor kunt gebruiken, verplaatsbaarheid, waar het product uiteindelijk komt te staan/ hangen)





Wat zijn de eigenschappen van het gebruikte materiaal? (denk aan buigbaar, stug, uitstraling, duurzaam, biologisch afbreekbaar)

Waarom denk je dat de ontwerper voor dit materiaal heeft gekozen?

Is het product een nieuwe uitvinding of een verbetering van iets dat al bestond (dit laatste noemen we een innovatie)?

Als het iets heel nieuws is, waar is de uitvinding dan handig voor?

**Als het een verbetering is, waarin ligt dan de verbetering die de ontwerper voor ogen had denk je?
(vorm of functie)**

Vind je het zelf ook een verbetering?

Waarom wel / niet?

**Wie heeft het ontworpen? En wie heeft het gemaakt?
(kijk op het titelkaartje)**

Wanneer is het gemaakt?

Design: the Battle

vorm versus functie

Oerstoel

Rond 1850 ontwierp de Duitser Michael Thonet stoel nummer 14 (zie afbeelding 1). Thonet ontdekte in die tijd ook hoe je met stoom massief hout kon buigen. De stoel kon later op grote schaal in de fabriek worden geproduceerd. Stoel no.14 was een eenvoudige stevige stoel en goedkoop om te maken. Het zou een internationale bestseller worden. In 1859 kwam de eerste machinaal geproduceerde Thonet-stoel de fabriek uit. Sinds de uitvinding is de stoel ontelbare keren geïmiteerd.

Design voor iedereen

Nu worden meubels en andere gebruiksvoorwerpen vaak in grote oplagen in de fabriek geproduceerd. Vroeger was het gebruikelijk om dit handmatig te doen. Dit noemen we ook wel ambachtelijk vervaardigen. Na 1850 was het aantal fabrieken door de industrialisatie in Europa en Amerika enorm toegenomen. Vanaf die tijd konden producten in grote aantallen worden gemaakt. De productie in de fabriek was goedkoper en minder tijdrovend. Een gevolg was dat veel meer mensen dan voorheen kwalitatief hoogstaand meubilair en gebruiksvoorwerpen konden aanschaffen.

*‘Dat iets modieus is,
is oneindig meer
belangrijk dan dat het
nuttig is.’*

Joisah Wedgwood, 18e-eeuwse serviesfabrikant

Josiah Wedgwood, de bedenker en maker van het wereldberoemde, sjeke Wedgwood-serviesgoed was in de achttiende eeuw ‘een hip man’. Hij wist heel goed hoe hij zijn producten aan de adellijke dames van die tijd moest slijten en flirtte er lustig op los. Hij bakte stilettohakken voor hen in de beroemde, lichtblauwe Wedgwood-kleur. Dan konden ze zich modieus voortbewegen. In 1762 verbond de Britse koningin Charlotte haar naam aan zijn nieuwe crèmekleurige servies van aardewerk. Volgens de pottenbakker kon je kwalitatief nog zo’n goed product maken, als het niet in de mode was kon je wel inpakken. ‘De mode is oneindig veel belangrijker dan nut,’ vond Wedgwood.

Ook Nederlandse ontwerpers gingen in het begin van de twintigste eeuw steeds vaker samenwerken met fabrikanten van gebruiksvoorwerpen om samen producten op de markt te brengen. Er heerste in de tijd een groot optimisme en sterk geloof in de vooruitgang en de nieuwe mogelijkheden op technisch gebied.

Vorm vs. functie

Sinds de eerste Thonet-stoel op de markt kwam, is er al een discussie geweest over wat nu het belangrijkste was aan een ontwerp: de vorm of de functie?

De vorm is vaak het meest besproken onderdeel van een ontwerp. De grootte van een meubel bepaalt of iets voor kinderen of volwassenen is bedoeld. Samen met het materiaal bepaalt de vorm of meubels verplaatsbaar zijn. De gekozen constructie (opbouw) bepaalt hoe een product er uiteindelijk uitziet. De vorm speelt ook een belangrijke rol in de verkoopbaarheid van een ontwerp. De consument wil dat een product er aantrekkelijk uitziet.

'Doe maar gewoon'

Met de komst van het modernisme kwam aan het begin van de twintigste eeuw de nadruk bij ontwerpen steeds meer op de functie te liggen. Zeker in Nederland was toen het functionalisme heel populair onder ontwerpers. 'Doe-maar-gewoon, dan doe je al gek genoeg', lijkten ze met hun ontwerpen te zeggen. Lekker Hollands dus. In hun ontwerpen wordt overdaad vermeden. De architect en ontwerper H.P. Berlage is een van de voorlopers van de functionalistische stijl in Nederland.

De Amsterdamse School

Als reactie op de stijl van Berlage gaan architecten als

*'Lelijkheid
verkoopt
slecht.'*

Raymond Loewy, ontwerper

Michel De Klerk en Piet Kramer van de groep 'De Amsterdamse School' zich ook bezighouden met vormgeving. Zij vinden expressieve, decoratieve elementen namelijk wel belangrijk. Hun meubelen kenmerken zich door zware, logge vormen. De meubels waren weinig praktisch in het gebruik, niet machinaal te vervaardigen en daarom vrij kostbaar. Een heel andere aanpak dan die van Berlage dus.

De Stijl

Ontwerpers als Gerrit Rietveld zetten juist de functionele vormgeving van Berlage voort. Rietvelds doel was het ontwerpen van praktische, zakelijke fabriekmeubels die gemakkelijk in grote oplagen konden worden gemaakt. Ook vanuit sociaal oogpunt vond Rietveld het belangrijk dat meubelen aan deze voorwaarden voldeden. Doordat voor de productie van zijn meubelen machines konden worden ingeschakeld zouden de arbeiders worden verlost van het geestdodende, zich steeds weer herhalende werk. De beroemde Zigzag-stoel uit 1932 is een goed voorbeeld van het soort ontwerp dat Rietveld voor ogen had. In 1917 verenigden Rietveld en andere gelijkgestemde ontwerpers, architecten en kunstenaars zich onder leiding van schilder en architect Theo van Doesburg in de beweging De Stijl. Deze stroming wordt ook wel tot het constructivisme gerekend. Ook de schilder Mondriaan behoorde tot deze groep. De Stijl is herkenbaar door het gebruik van geometrische vormen en primaire kleuren (geel, blauw en rood) en zwart, wit en grijstonen.

Weg met de 'Goede Smaak'!

Het functionalisme is lang bepalend geweest in de Europese vormgeving. Pas in de jaren zestig, begint een

‘Voor mij was De Stijl een eenheid van constructie en ruimte begrenzend elementen, die voor mij primair waren.

Het praktische kon er niet altijd bij.

De functie was voor mij een afzonderlijk hoofdstuk, dat ik niet overgeslagen heb, doch dat pas volledig aan de beurt kwam na de constructie en ruimte-oefeningen en De Stijl.’

Gerrit Rietveld, ontwerper en architect

Veel mensen klaagden dat de meeste van Rietvelds stoelen toch wel erg hard zaten. Ook de wereldberoemde roodblauwe stoel. Vette pech, moet Rietveld hebben

groep ontwerpers, onder leiding van de Italiaanse architect Ettore Sottsass en Alessandro Mendini, zich hier weer tegen af te zetten. Zij noemen zich Studio Alchimia. De groep vindt het functionalisme te zakelijk en steriel. Volgens Alchimia is de designwereld in die tijd bovendien alleen nog gericht op de verkoop en het maken van winst. Het gaat volgens Alchimia niet meer zoals vroeger om het maken van betaalbare producten. En dat vindt de groep een slechte ontwikkeling.

Door gebruik te maken van beelden uit de populaire cultuur en design-iconen te imiteren zet Alchimia zich af tegen de zogenaamde 'Goede Smaak' in vormgeving. Decoratie, sensualiteit en humor moeten volgens de groep onderdeel zijn van elk ontwerp. Alchimia protesteert daarom tegen de houding van mensen die decoratieve elementen bij voorbaat al afkeuren en kitsch noemen. Want wie bepaalt eigenlijk wat kitsch is en wat kunst?, vraagt Alchimia zich af.

Memphis

In 1981 verliet Ettore Sottsass Alchimia en begon samen met een aantal bevriende ontwerpers in Milaan een nieuwe groep: Memphis. Deze groep vond dat alles in een ontwerp ter discussie stond. Zowel de materialen als de betekenis. Bij Memphis hoefde een kast geen kast te zijn en kon duur marmer gewoon worden gecombineerd met goedkope kunststof en triplex.

Persoonlijk ontwerp

De ontwerpen van Memphis kenmerkten zich verder door heldere, felle kleuren. Zij combineerden goedkope materialen als kunststof en triplex expres met hele dure materialen zoals wortelnotenhouw en marmer.

'Less is more'

Mies Van der Rohe, architect en ontwerper

*'More is not less,
less is a bore'*

Robert Venturi, ontwerper

In de ontwerpen ging het vooral om de persoonlijke expressie van de ontwerper. De kast La Torre di Budda (zie afbeelding 7) van Sottsass is hier een goed voorbeeld van.

Technische snufjes

Memphis had niet veel op met het functionalisme en ook niet met de industrie voor massaproductie. De meubels waren daar dan ook niet voor bedoeld. Wel bleek dat de ontwikkelingen op technologisch gebied uitvindingen met zich meebrachten die uitstekende mogelijkheden boden voor het verbeteren van handwerk. Hierdoor groeide het aantal materiaalsoorten en de mogelijkheden voor het handmatig vervaardigen van meubels. Memphis zocht al in een vroeg stadium de grens op tussen toegepaste en autonome kunst. De De samenkomst van ambachtelijke en machinale productietechnieken is later terug te zien in bijvoorbeeld de Knotted Chair (te zien op de foto van de ontwerper) van Marcel Wanders. Het koord dat Wanders heeft gebruikt is niet zomaar een stuk touw, maar speciaal industrieel vervaardigd en extra sterk. De stoel is juist weer heel ambachtelijk met de hand geknoopt. Daar zijn geen hightech-machines aan te pas gekomen.

Kies twee objecten

Kies uit de collectie industriële vormgeving twee objecten (het liefst met dezelfde *functie* bijvoorbeeld twee kasten of twee lampen).

Als je in de zaal geen twee objecten met dezelfde functie kunt vinden kun je ook één van de objecten op de foto's verderop in het boekje kiezen!

Beantwoord voor elk object afzonderlijk de volgende vragen:

Wat heb je gekozen?

Waarom heb je voor dit object gekozen?

Object 1:

Object 2:

Wie is de ontwerper? (Kijk op de titelkaartjes)

Object 1:

Object 2:

Beschrijf kort hoe het object eruit ziet.

Object 1:

Object 2:

Wat zijn de overeenkomsten tussen de objecten?
(denk aan vorm, materiaal, formaat, wat je met het object kan doen)

Wat zijn de verschillen?

Welk object heeft volgens jou de beste of meest vernieuwende vorm?

Waarom?

Welke van de twee objecten vind je functioneel gezien een grotere verbetering? (de vorm vergroot of verbetert dan het gebruiksgemak)

Waarom?

Vind je object 1 goed in de zaal passen in vergelijking met wat er nog meer is te zien?

En object 2?

Waarom wel of niet?

Object 1:

Object 2:

*TIP: meer informatie over de ontwerpen kun je vinden in de zaalteksten, via de website van het Stedelijk Museum of natuurlijk in de bibliotheek. Meer informatie over de ontwerper, de tijd waarin hij/zij leefde, of de ideeën die hij had over het ontwerpersvak helpt je op weg om de ontwerpen beter te begrijpen.

*'We kopen spullen,
we houden ervan
spullen uit te wisselen.
We stelen spullen.
We doneren spullen.
We leven door spullen.
We noemen deze
spullen goederen.
Niet slechteren.'*

James Twitchell, professor Engels en Reclame

'Design is kinky'

titel Amerikaans tijdschrift en designwinkel

Design & Imago

Je bent wat je (ver)koopt!

Waarom willen sommige mensen liever een 'chopperbike' van Johnny Loco, met diamanten afgewerkt door ontwerper Rodrigo Otazu, dan een Gazelle-fiets.

En waarom vinden veel mensen een Ferrari mooier dan een Fiat Panda? Dat twee producten dezelfde functie hebben, maakt ze zeker nog niet even gewild.

Behalve het ontwerp bepaalt ook het merk de populariteit van een product. Het geeft een product voor ons gevoel een 'meerwaarde'.

Je houdt van klassiek of modern, van duurzame producten of wegwerpmateriaal, van koken of van gamen. De spullen die je koopt zeggen iets over je smaak, over wat je belangrijk vindt en waar je interesses liggen. Kortom, het zegt iets over wie je bent! Bovendien bepaalt het voor een deel ook het beeld dat anderen van jou hebben: je imago.

Airworld design

Net als individuen vinden bedrijven hun imago belangrijk. Over het ontwerp van de huisstijl is daarom vaak goed nagedacht. Bij luchtvaartmaatschappijen zijn veel voorbeelden te vinden van doordacht design.

Als je ooit hebt gevlogen is het je misschien wel opgevallen dat veel in een vliegtuig in dezelfde stijl is gemaakt; folders, de bekleding, het bestek, de stoelen, de kleding van de stewardessen, het logo van de luchtvaartmaatschappij. Bij de KLM heeft bijvoorbeeld bijna alles de kleur hemelsblauw. In de reclames zijn

*'Actually, I did
not think it
could be done!'*

Arne Jacobsen, ontwerper

steeds witte zwanen te zien. De KLM hoopt dat passagiers door het zien van het hemelsblauw en de zwanen de link leggen met positieve eigenschappen als 'betrouwbaar, vrij, kracht en gratie'. Dat draagt bij aan een goed imago.

Vormgeving in het vliegtuig

Door technische vernieuwingen werd in de jaren zestig vliegen goedkoper. Opeens konden veel meer mensen met het vliegtuig reizen. Door de enorme groei aan passagiers, steeg ook de vraag naar gemakkelijk te produceren gebruiksvoorwerpen voor in het vliegtuig. De industriële producten voldeden hier goed aan omdat ze snel en op grote schaal konden worden gemaakt. Veel bekende ontwerpers hebben in die tijd producten voor luchtvaartmaatschappijen bedacht en vormgegeven, zoals Raymond Loewy, Arne Jacobsen en Tapio Wirkkala.



Designer outfit

Met de veranderingen in luchtvaartdesign kregen ook de stewardessen nieuwe uniformen. Beroemde ontwerpers gingen ermee aan de slag. Dior maakte pakjes voor Scandinavian Airlines (SAS), Balenciaga voor Air France en Ralph Lauren voor Trans World Airlines (TWA).

Jean Louis voor United Airlines, 1968

*'Wij moeten
gemoedelijk het jaar
2000 instappen.
...de wereld is
kwaadaardig en de
woning moet
hiertegen
bescherming
bieden.'*

Alessandro Mendini, ontwerper, architect en auteur

Bedenk aan welke eisen spullen in een vliegtuig volgens jou moeten voldoen. Denk aan het imago van de luchtvaartmaatschappij, de beperkte ruimte die je in het vliegtuig hebt, dat het vliegtuig beweegt en dat de reizen vaak lang duren.

Nieuwe tijden, nieuwe producten

Net als de samenleving verandert ook de vraag naar producten.

Fastfood restaurants als McDonald's spelen bijvoorbeeld in op de wensen van de consument om snel en goedkoop te kunnen eten. Door werk, hobby's, sport, internet en televisie is hier steeds minder tijd voor. Ook is eten al lang niet meer een familieaangelegenheid waarbij iedereen aan een tafel zit. Al met de komst van de televisie in de jaren vijftig werd de tv-dinner tray ontworpen. Dit was een soort blad met allerlei vakjes voor op schoot. Daarmee kon het hele gezin gezellig voor de televisie eten. Nu er steeds meer eenpersoonshuishoudens komen, spelen ontwerpers ook daar op in. Met bijvoorbeeld met speciale verpakkingen voor kant-en-klare maaltijden in de supermarkt.

'Voor mensen zoals ik, die moeten beslissingen nemen over productielijnen, levertijden, en gespreid zijn over verschillende jaren opdrachten moet werven, is vooruitzien een verplichting. Bij mij is het zelfs ziekelijk, mijn voornaamste probleem is dat ik bijna nooit op de huidige moment leef maar voortdurend in een andere tijdsruimte.'

Philippe Starck, ontwerper

Toen hij zijn stoel Miss Trip voorstelde, vertelde de ontwerper Philippe Starck dat de stoel 'het archetype' (=oervoorbeeld) van de keukenstoel is. "Op zo'n stoel zat je vroeger als je moeder koffie met melk serveerde", zei Starck. "De stoel koop je niet om de stoel, maar om de geur van koffie met melk die eraan kleeft en de gedachte aan je moeder in je prille jeugd."

Gezond & duurzaam

Een trend van de laatste jaren is dat het snel moet, maar ook gezond. Tegenwoordig kun je daarom ook salades bij McDonald's krijgen. In dit geval heeft de vraag vanuit de samenleving ervoor gezorgd dat er op de menukaart van McDonald's meer gezonde producten kwamen te staan. Ook het recyclen van papier en plastic komt om die reden steeds vaker voor. Net als de productie van duurzame of biologisch afbreekbare producten.

Hieronder staan vier producten.

Welke veranderingen in de samenleving, of nieuwe behoeften, hebben bijgedragen aan de ontwikkeling van deze producten? (Bijvoorbeeld de laptop: reizende zakenmensen kunnen hun computer zo eenvoudig meenemen)

Drinkontbijt

Mobiele telefoon

Gameboy

Home-fitnessapparaten

'Niets verbiedt om te denken dat in het huis van de toekomst (...) tapijt, gordijnen, behangpapier, beeldjes verbannen worden (...). Het huis wordt een neutrale omkadering, onafgewerkt, waarin de bewoner door virtuele simulaties zijn leefsfeer kan oproepen of creëren : een mengeling op maat van reële beelden en virtuele beelden.'

Odile Fillon, journalist

Hypes

Sommige producten komen ongeveraagd op de markt. Dat kan soms onverwacht succesvol uitpakken. Een voorbeeld zijn de kleine aluminium stepjes waar je een paar jaar geleden iedereen mee zag. Mensen vonden zo'n stepje opeens heel handig om van huis of het station naar school of werk te stappen. Als de verkoop van een product in een korte tijd extreem snel groeit is er sprake van een hype. Het nadeel van hypes is dat ze tijdelijk zijn en dat de belangstelling voor deze producten snel weer afneemt.

Straat

Veel trends ontstaan op straat. Goede ontwerpers houden dan ook altijd hun ogen open voor wat er hier gebeurt. De kleding- en dansstijl van breakdancers van nu grijpt terug op die van de jaren zeventig. Zwarte jongeren uit de grote Amerikaanse steden verdreven toen op straat de verveling met breakdancen. Ze droegen vaak veterloze, witte sneakers. Die keerden later weer terug in videoclipps op MTV waardoor iedereen ze opeens wilde hebben. Ook een kunstvorm als graffiti is op straat ontstaan.

**Kijk eens goed rond op straat of op het schoolplein.
Zijn er bepaalde trends die je opvallen?
Beschrijf de trend:**

Kun je een product bedenken dat op deze trend inspeelt?

We willen ons als individu graag onderscheiden. Ontwerpers spelen hierop in door ook design steeds persoonlijker te maken. Producten worden steeds vaker speciaal gemaakt in opdracht van de toekomstige eigenaar. Er wordt dan rekening gehouden met de persoonlijke wensen van de klant. Dit noem je customizing. Een opmerkelijk voorbeeld is de nieuwe trend in de uitvaartbranche om doodsdommen naar de persoonlijke wensen van de klant vorm te geven!

Bestaande producten zelf uniek maken komt ook steeds vaker voor. Ook daar spelen ontwerpers op in. Bijvoorbeeld met 'bling'-stickers waarmee je je fiets kunt beplakken.

Frank Tjepkema en Peter van der Jagt zijn de ontwerpers van de Do Break Vase. Dit is een vaas die je mag, of



eigenlijk zelfs móet breken. Na een flinke huiselijke ruzie krijgt een vaas snel zijn eigen karakter!

