



1999

TENTOONSTELLING
'WONEN EN LEVEN IN STIJL'

SLEUTELMOMENT

Miriam van der Lubbe staat met haar ontwerpen op een tentoonstelling en ziet vooral hobbyisten om zich heen, in plaats van vakgenoten die met doordachte ontwerpen bezig zijn. Er overvalt haar een gevoel van

totale misplaatstheid.

'Er móet iets komen waar serieuze ontwerpen het middelpunt zijn.' Het blijkt de geboorte van de Dutch Design Week.

EDITIE

17

Dit jaar vindt alweer de 17e editie van de Dutch Design Week plaats, het grootste designevenement van Noord-Europa. De organisatie verwacht ook dit jaar ruim 2.500 deelnemers, die verspreid over meer dan 100 locaties nieuw werk, prototypes en concepten presenteren.



foto's: Erik van der Horst

SLEUTELMOMENT
MIRIAM VAN DER LUBBE

‘We stonden aan de reling en voelden ons zó totaal misplaatst’

DE LACH IS NIET VER WEG ALS MIRIAM VAN DER LUBBE, MEDEOPRICHTER VAN HET ONTWERPBUREAU VAN EIJK & VAN DER LUBBE, VERTELT OVER HET ‘RELING-MOMENT’ DAT ZE EIND VORIGE EEUW IN HET BEURSGEBOUW VAN EINDHOVEN BELEEFT. SAMEN MET COLLEGA-ONTWERPER EDUARD SWEEP KIJKT ZE, AAN DE RELING DUS, VAN BOVENAF UIT OVER DE BEURSVLOER. DE TENTOONSTELLING ‘WONEN EN LEVEN IN STIJL’, WAAR OOK ZIJ HUN WERK TENTOONSTELLEN, IS IN VOLLE GANG. ER OVERVALT HUN EEN GEVOEL VAN MISPLAATST ZIJN. NU NOG STEEDS GNIFFELT ZE OM DEZE BOTSING VAN CULTUREN. ‘VAN DIE TENTOONSTELLING HERINNER IK ME ONDER MEER HET BESCHILDEREN VAN MELKBUSSEN,’ VERTELT VAN DER LUBBE, BIJNA TWEE DECENNIA LATER. ‘ONS GEVOEL VAN MISPLAATST ZIJN HAD NIET ZOZEER MET DIE MELKBUSSEN TE MAKEN, MET MOOI OF LELIJK, MAAR MET HET ENORME VERSCHIL WAARMEE WE MET ONTWERPEN BEZIG WAREN. WAT WE OP DE BEURSVLOER ZAGEN WAS EEN SOORT BLIJE HANDVAARDIGHEID, TERWIJL WIJ HEEL SERIEUS EN CONCEPTMATIG OVER ONZE ONTWERPEN NADACHTEN.’

LEES MEER
SLEUTELMOMENTEN 
www.financialfocus.nl



WAAROM IS HET 'RELING-MOMENT' VOOR JOU HÉT SLEUTELMOMENT?

Het markeert het begin van de ambitie een evenement te organiseren voor serieuze ontwerpers. Een ambitie die uiteindelijk tot de Dutch Design Week heeft geleid.

JE VERTELT OP BIJNA SPOTTENDE TOON OVER HET SLEUTELMOMENT. DAT GEBEURT NIET VAAK.

Het is toch ook grappig? Eduard en ik die ons best deden impact te maken met onze doordachte ontwerpen, terwijl even verderop mensen gezellig met hun hobby bezig waren. Het verschil was zo groot en ons werk stond er zo verloren bij dat we ineens beseften: er móet iets komen waar serieuze ontwerpen wel het middelpunt zijn.

HOE LANG ZAT ER TUSSEN HET SLEUTELMOMENT EN DE EERSTE DUTCH DESIGN WEEK?

Ongeveer drie jaar. In 2001 organiseerden we Designers Present, een voorloper van de Dutch Design Week (DDW). In 2002 vond vervolgens de eerste DDW plaats. Bij de eerste editie waren twintig deelnemers en zo'n 500 bezoekers. Inmiddels is dat gegroeid naar zo'n 2500 deelnemers en circa 400.000 bezoekers.



HEEFT JOUW SLEUTELMOMENT VOORAL BEROEPSMATIGE CONSEQUENTIES GEHAD OF OOK PERSOONLIJKE?

Ook persoonlijke... Ik wil niet zeggen dat ik een ander mens ben geworden dankzij DDW. Maar door zó betrokken te zijn ben ik wel anders naar het vak gaan kijken. En anders gaan ontwerpen.

HÓE ANDERS?

Als jonge ontwerper ben je toch vooral met jezelf in gesprek. En met de vraag: wat wil ik uitdrukken? DDW is ook voor mezelf de aanjager geweest van een andere, bredere blik op ontwerpen. Met mijn bureau ontwerp ik nu, bijvoorbeeld, het complete interieur van een zorghotel. Daarbij is alles gericht op wat de patiënt nodig heeft en alles staat ten dienste staat van revalidatie. In zo'n geval ben je als ontwerper volkomen dienstbaar. En streef je naar maximale sociale impact.

WORD JE DAAR GELUKKIGER VAN?

Het is mooi als je mensen met je ontwerpen kunt helpen. En social design is een wezenlijke toevoeging aan het vak. Maar het kan ook doorslaan. Design krijgt nu soms zoveel betekenis toegekend, dat van ontwerpers verwacht wordt dat ze de wereld redden. Maar ook de ontwerper van een zogenaamd nutteloze vaas kan nog steeds vernieuwend en interessant bezig zijn.

HOE BELEEF JE, BIJNA TWINTIG JAAR NA HET SLEUTELMOMENT, DE DUTCH DESIGN WEEK?

Als een geweldige explosie van creativiteit en nieuwe ideeën. DDW is niet alleen creatief maar ook economisch een belangrijke factor geworden. Publiek, bedrijven en ontwerpers ontmoeten elkaar. Dat geeft veel energie.

WAAR BEN JE HET MEEST TEVREDEN OVER?

Toen ABN AMRO hoofdsponsor werd, was dat een sprong voorwaarts voor DDW. Maar ik zei er destijds wel bij: 'Geld geven is de makkelijkste manier van sponsoren'. Inmiddels is ABN AMRO onder meer initiatiefnemer van de Masterclass 'Driving Dutch Design' en helpen ze bij het coachen, promoten en ondersteunen van jonge, veelbelovende ontwerpers. Dat een sponsorship op die manier ook echt inhoud en betekenis krijgt, stemt me heel tevreden.

MEER WETEN OVER DE DUTCH DESIGN WEEK?

Op de site www.ddw.nl vindt u alles over doelstellingen, programma's en het laatste nieuws van de Dutch Design Week. Kennismaken met het werk van Miriam van der Lubbe en haar collega's kan op www.vevdl.com.