

LEESMAGAZINE
OVER EINDHOVEN
EN OMGEVING

€ 7,25
OKT/NOV 2022

FRICTS

FRITS

MET WOONGIDS

**LIGHTTOWN
MADNESS:**

EXCLUSIEF TUSSEN
DE SFEERMAKERS

RUUD VAN NISTELROOIJ
WIL NOG ALTIJD SCOREN

Koert van Meensvoort
**'ONZE GESCHIEDENIS
LIGT IN DE TOEKOMST'**





Miriam van der Lubbe
**HARDE WERKER
MET EEN MISSIE
AAN HET ROER
VAN DE DDW**

Miriam van der Lubbe volgt Martijn Paulen op als creative head van de Dutch Design Week (DDW). Met ingang van dit jaar is zij verantwoordelijk voor de invulling van dit grootschalige Eindhovense evenement. Urgentie en relevantie staan daarbij voorop. „We staan voor grote maatschappelijke opgaves. Ontwerpers kunnen hier een belangrijke bijdrage in leveren.”

TEKST: HANNEKE VAN DEN NIEUWENHOF | FOTO'S: FREEKJE GROENEMANS

Miriam van der Lubbe stond aan de wieg van de Dutch Design Week, werkte met haar bureau Van Eijk & Van der Lubbe voor grote partijen als Volvo en VDL, gaf les aan diverse academies en nam plaats in uiteenlopende commissies waaronder de Commissie Vormgeving van het Stimuleringsfonds, de raad van advies van de DDW en de Paleiscommissie die de koninklijke familie adviseert over de invulling van het programma van het Paleis op de Dam. Het CV van Miriam van der Lubbe klinkt als een klok. En als kroon op haar werk gaat ze komende jaren leidinggeven aan de DDW. „Als het aan mij ligt, wordt de week niet meer groter in maat, maar wel beter in kwaliteit. Van groot naar goed-beter-best. Inhoudelijke groei in plaats van fysieke groei”, zegt ze. „Ik vind het belangrijk dat ontwerpers verbeteringen in de wereld nastreven. We zijn geen Milaan. We willen ons niet meer richten op producten, productie en omzet. Het ontwerpvak heeft zich in de tijd van mijn afstuderen tot nu ontwikkeld van product- en objectdenken naar meer strategisch en missionair denken. Dat zie je terug in ons evenement.”

CREATIVE HEAD DDW

Een dame met een missie, die bijna verloren was gegaan voor Eindhoven. Want aanvankelijk had Miriam een ander plan. „Ik wilde iets in architectuur gaan doen, maar daarvoor had je wis- en natuurkunde nodig en dat wilde niet zo lukken. Dat was te abstract”, vertelt ze onomwonden.

den. „Ik zocht dus iets anders. Ik had nog nooit van de Akademie Industriële Vormgeving Eindhoven gehoord, ik dacht in eerste instantie zelfs dat je daar leerde industrieën vorm te geven... maar toen ik de open dag had bezocht, dacht ik dat het goed zou passen. Wel maakte ik me zorgen over de strenge toelatingsprocedure. Toen ik hoorde dat ik aangenomen was, heb ik zo hard staan schreeuwen dat dat later nog bij mijn diploma-uitreiking werd gememoreerd.”

Na het behalen van haar Master of Fine Arts, lonkte nog even de hoofdstad als vestigingsplaats voor haar eigen ontwerp bureau. Maar daar wilde ze toch haar startstipendium niet aan besteden. Liever stak ze dat geld in haar werk. Een praktische afweging die uiteindelijk de weg zou banen naar haar huidige functie als creative head van de Dutch Design Week.

‘IK VIND HET BELANGRIJK DAT ONTWERPERS VERBETERINGEN IN DE WERELD NASTREVEN’

MISSIE

Die keuzes zeggen iets over Miriam van der Lubbe: een aanpakker met een nuchtere kijk en een missie die ze

met verve uitdraagt. Urgentie en relevantie zijn terugkerende woorden wanneer ze praat over de DDW. Dat het evenement explosief is gegroeid, meer ontwerpers, meer locaties, meer bezoekers, vindt ze fantastisch. „Maar dat mag niet alleen iets zeggen over de reputatie en aantrekkingskracht van het evenement; het moet ook iets zeggen over de maatschappelijke relevantie van de DDW. Welke bijdragen kunnen ontwerpers leveren aan de oplossing van de vraagstukken waar we voor staan, zoals de klimaatcrisis, wooncrisis, zorgcrisis, energiecrisis en

humanitaire crisis? In Milaan gaat het nog steeds over producten, productie en omzet, maar onze opgave ligt echt ergens anders. Meer dan ooit zijn we als gemeenschap bezig met het vormgeven van de toekomst en ligt er een taak voor ontwerpers om een bijdrage te leveren aan een betere wereld. Ze zullen niet dé oplossingen hiervoor ontwerpen - maar

ze hebben wel het onmisbare analytisch vermogen om vanuit alle complexe puzzelstukken die er liggen te kijken naar nieuwe mogelijkheden. Daar heb je alle typen ontwerpers voor nodig; van autonome, vrije denkers die met een bout visie het denken in beweging kunnen brengen, tot ontwerpers die procesmatig met alle partijen samen tot vernieuwing komen. Er is veel ruimte voor talent en het tonen van het proces in plaats van enkel te focussen op het resultaat. Dat is het unieke aan DDW.”

ACADEMY LOVERS

In de jaren na haar opleiding aan het AIVE rondde Miriam een Master in Fine Arts af aan het Sandberg Instituut, de tweede fase opleiding van de Rietveld Academie. „De opleiding aan de Design Academy paste goed, maar ik was



nog heel jong toen ik op de academie kwam. En de opleiding werkte toch volgens bepaalde wetmatigheden, daarom wilde ik eigenlijk nog wel verder studeren. Ik kwam uit bij de Rietveld Academie op de glasafdeling... een materiaal waar we in Eindhoven toen nog geen les in kregen. Maar de Rietveld paste qua mentaliteit niet helemaal bij me. Gelukkig kreeg ik al snel de uitnodiging om op het Sandberg Instituut verder te studeren, en dat heb ik gedaan bij

Marjan Unger. Dat was een fantastische tijd.”

Na haar master begon Miriam een ontwerp bureau met Niels van Eijk, die ze op de Design Academy had leren kennen. Miriam: „We zijn academy lovers; dit jaar zijn we dertig jaar bij elkaar. We hebben niet alleen een ontwerp bureau samen maar ook twee prachtige dochters.”

Niels en Miriam begonnen hun ontwerp bureau, dat nu is gevestigd in Geldrop, op het platteland van Someren. „We zijn gestart in de tot studio omgebouwde paardenstallen van het familiebedrijf van Niels waar we bijna geen huur hoefden te betalen”, zegt Miriam. „We hebben er even over gedacht naar Amsterdam te gaan. Mijn broer is architect en die vertrok naar de hoofdstad. We hebben overwogen om daar gezamenlijk een grotere



plek te betrekken. Maar die kosten waren te hoog. Niels en ik kregen allebei een startstipendium van het Fonds VKBV (het huidige Stimuleringsfonds, red.) en dat geld wilden we niet in de locatie maar in ons werk investeren. Dus we bleven hier. Dat was wel grappig: we kregen opdrachtgevers uit New York die naar ons toe kwamen. 'We were in rural Holland,' schreven ze dan!"

INZET VOOR HET VELD

„De afgelopen twintig jaar heb ik altijd twee lijnen gevolgd: enerzijds hebben we een eigen studio waarmee we mooie projecten mochten doen voor internationale opdrachtgevers. Daarnaast heb ik me altijd ingezet voor het veld in de bredere zin van het woord: jarenlang heb ik bijvoorbeeld in het algemeen bestuur van BNO gezeten, in het begin heb ik veel lesgegeven op academies en deelgenomen aan allerlei commissies. Ik heb op allerlei manier geprobeerd het veld vooruit te helpen. Ik ben ook jarenlang lid geweest van de raad van advies van de Dutch Design Week. Daar ben ik nu uiteraard mee gestopt."

Opvallend was dat Miriam pijsnel een groot netwerk had opgebouwd. „Bij het Sandberg Instituut werd je gevraagd met een tentoonstelling af te studeren. Maar ik was toen al op zoek naar een breder bereik en koos voor een pagina in Volkskrant, Trouw, Parool en NRC. Zodat mijn werk voor iedereen toegankelijk werd. Mijn afstudeerproject viel op maar liefst 846.000 deurmatten. Het goede was dat er op die pagina ook gereageerd kon worden. Zo werd er een directe dialoog tot stand gebracht. Iets dat we ook nastreven bij de DDW."

RELINGMOMENT

„Het idee voor de Dutch Design Week kwam feitelijk voort uit onvrede, een gemis", vertelt Miriam. „Ik weet nog dat ik met Eduard (Sweep van Yksi, red.) op de vide van het Eindhovense Beursgebouw over de reling naar beneden stond te kijken tijdens de Beurs Wonen en Leven in Stijl. We waren met andere ontwerpers en architecten gevraagd ons werk te presenteren, maar die beurs sprak ons niet echt aan. Dus we stonden enigszins gedepimeerd over de reling te kijken en bedachten ons dat er in Nederland geen podium was voor ontwerpers om hun werk te tonen. Om ons netwerk te ontmoeten moesten we naar Milaan. Hoe onzinnig! Ter plekke namen we het besluit zelf iets te gaan organiseren. Samen met de harde kern van destijds het Vormgeversoverleg hebben we 25 ontwerpers gevraagd hun werk te presenteren. Dat was een succes. We kregen subsidie van de gemeente

en een paar jaar later sloot ook de Design Academy zich bij ons aan. Het evenement heeft de eerste jaren Designers Present geheten, toen er meer initiatieven en exposities bijkwamen werd het de Week van het Ontwerp, nog later werd het Dutch Design Week."

Eindhoven was de perfecte

plek voor een dergelijk initiatief, vindt Miriam. „In Eindhoven was er ruimte. Het was geen volmaakte stad en het kon alleen maar beter worden. Binnen de grachtengordel zou je binnen een bestaand stramien hebben moeten werken, terwijl hier alle mogelijkheden openlagen en je zelf nog de kaders kon gaan vormgeven. Hier werd ook nooit nee gezegd. Confrontatie werd hier wel uit de weg gegaan. Op het moment dat we gingen leuren met ons

'WE ZIJN GESTART IN DE TOT **STUDIO** **OMGEBOWDE** **PAARDENSTALLEN'**



nieuwe evenement bijvoorbeeld om sponsors te werven werd er nooit nee gezegd! Voor ons was dat een vertaalslag naar een kans. Bovendien zijn de lijnen hier heel kort. De ontwerpers die we toen vroegen, kwamen allemaal uit ons directe netwerk, die kenden we nog van de Design Academy."

UNANIEME KEUZE

Miriam heeft niet alleen een missie, een visie en een netwerk, ze is ook volledig op de hoogte van alle ins en outs van de DDW. Dat maakt haar tot de ideale kandidaat voor deze functie. Zo vond ook het managementteam van de DDF dat unaniem voor Miriam koos als opvolger van Martijn Paulen als creative head van de DDW. „Ik word verantwoordelijk voor de invulling van de DDW, maar Martijn Paulen blijft samen met Igor van Hooff

het bestuur van de Dutch Design Foundation. Die bestaat uit twee hoofdzuilen. De eerste is de podiumfunctie; de DDW, de tweede is Design Works. Onder de laatste vallen de embassy's en What if Labs. Dit zijn projecten die vanuit een vraag worden opgezet, samen met partijen die kennis over de opgave hebben. Martijn heeft ervoor gekozen om meer te bewegen naar de Design Works kant. Hij blijft bestuurder van de DDF, hij heeft alleen zijn focus verlegd in de organisatie. Hij belde in februari of ik de DDW wilde gaan draaien. Ik dacht wel 'Oh my god!' Februari was toch rijkelijk laat. Maar het is ook een eervolle vraag. Als je de verantwoordelijkheid voor de inhoud van de DDW mag nemen dan doe je dat. Daarbij: ik doe dat natuurlijk niet alleen. Er is een geweldig team van gedreven collega's, waar ik vol vertrouwen op kan leunen."

'HET IDEE VOOR DE DUTCH DESIGN WEEK KWAM FEITELIJK VOORT UIT ONVREDE, EEN GEMIS'

MISSIEGEDREVEN PROGRAMMEREN

„Ik ga het nu ook echt niet volledig anders doen; er staat een fantastisch evenement dat het belang en de potentie van creativiteit heel goed op de kaart heeft gezet. Maar het ging wel veel over tonen, terwijl we die potentie juist nog veel meer naar voren kunnen halen. Het thema Get Set richt op het schrap zetten voor de uitdagingen waar we voor staan: zorg, energie, wonen, klimaat, humanitaire crisis en een oorlog dichtbij huis," zegt Miriam. „Daarom introduceert DDW dit jaar het missiegedreven programmeren. Wij bepalen niet wat mensen moeten

presenteren, maar we kunnen wel regisseren en agenderen. Zorgen dat partijen die met dezelfde opgave bezig zijn in elkaars nabijheid presenteren. Dat is voor het publiek heel prettig omdat bezoekers dan beter kunnen vinden waar ze naar zoeken. Maar ook voor de deelnemers is dat heel prettig want die kunnen

kennis delen, meesurfen op elkaars netwerk en de grote bureaus kunnen de startende ontwerpers mee laten liften op hun magneetwerking. Daar gaan we dit jaar voor het eerst mee experimenteren. Eigenlijk willen we daar nog een stap verder in gaan met het stimuleren van coalitiedenken: het delen van opgaven en zorgen dat partijen kunnen samenwerken. Daar ligt voorlopig een uitdaging voor de DDW. Eén waar ik me graag voor inzet." ➡

De DDW vindt plaats van 22 tot en met 30 oktober.
www.ddw.nl