items

24 prijs f 17,50

tijdschrift voor vormgeving

Herman Hertzberger

Floris van den Broecke

'n Enkeltje Italië

Solid

Clemens Rameckers

een enkeltje italië

door Jaap Huisman

Bob Noorda, Andries van Onck en Derk Jan de Vries verlieten het land van Rietveld, de Amsterdamse School en Mart Stam al vele jaren geleden. Maar hun motieven verschilden nauwelijks van hun jongere lotgenoot Maarten Kusters. De riante positie van de designer, de creatieve mogelijkheden, de drang tot vernieuwing en experiment maakten en maken Italië tot de natuurlijke bestemming van een ontwerper die meer wil dan in zijn eigen moedertaal over design spreken. Jaap Huisman treft de cultuur van Olivetti, de ondergrondse van Milaan, l'Arca, Upim, Zanussi en de nieuwe klassieken van de Italiaanse meubelindustrie. Vier emigranten over hun motieven, hun werk en hun herinnering aan de Lage Landen.

Maarten Kusters in de Domus Academy

● Milanofiori heet de wijk: iets als Milaan Bloemenbuurt. Het is een poëtische naam voor een rijtje spiegelende dozen langs een snelweg, naast een supermercato. De metro heeft dit verre stukje voorstad, gelegen in een niemandsland tussen stad en akkers, nog niet bereikt. Een bus maakt er een slinger langs en loost zijn passagiers op een zinderende parkeerplaats.

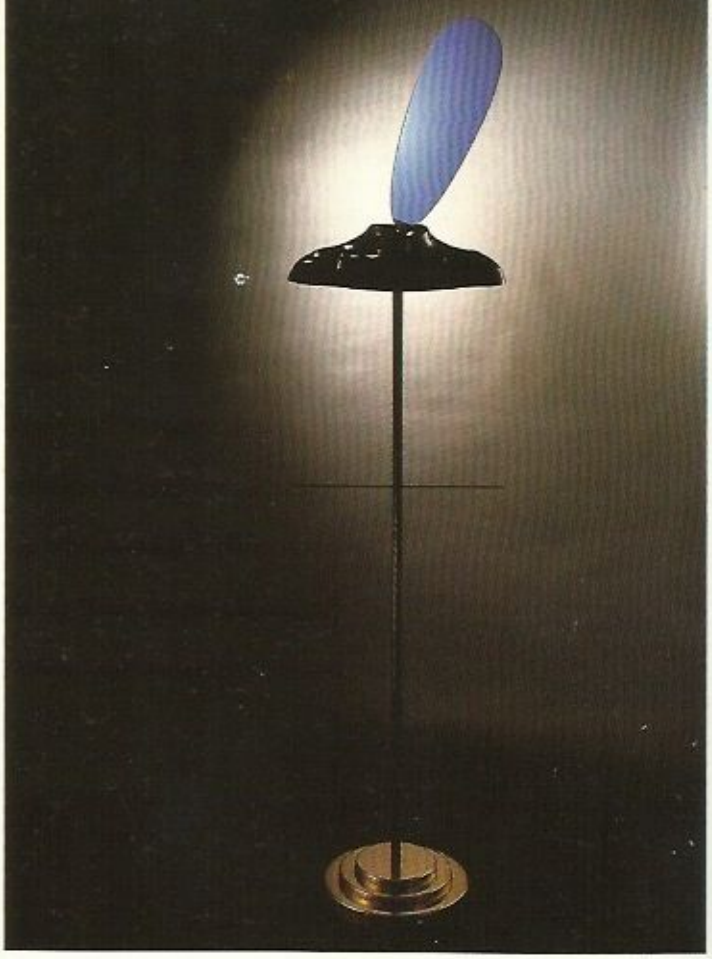
Het edifizio met de blauwe banden op de hoek, dat is het onderscheidingsteken voor de behuizing van de Domus Academy, had Maarten Kusters gezegd. Op begane grond wordt er onder donkere arcaden levendig geluncht, glazen witte wijn op felgroene tafelkleedjes en rijk belegde panini. De Domus Academy bevindt zich in een soort penthouse; studenten van allerlei nationaliteit hangen ter onderbreking van de achturige lesdag wat rond op de trans om de school. De school is kleiner dan ik me had voorgesteld. Een grote praktijkruimte met werkbladen, een leslokaal en eromheen kantoortjes, meer is het niet.

Maarten Kusters is de enige Nederlander, zelfs de enige buitenlander in de staf van de academie. Begonnen als student is hij er na het eerste jaar blijven hangen en werkt nu als assistent bij de colleges en als voorlichter. Vaak leidt hij groepen rond, want in zijn korte bestaan is de Domus Academy al een trekpleister geworden voor studenten industriële vormgeving en voor vertegenwoordigers van bedrijven.

De Domus Academy komt voort uit het toonaangevende blad Domus dat verderop huist. Mario Bellini, hoofdredacteur van Domus, is tevens de geestelijke vader van de Academy. Hij heeft in een paar jaar tijd – de academie bestaat nu drie jaar – een stoet van ontwerpers om zich heen verzameld die lesgeven of gastcolleges verzorgen. Andrea Branzi (inmiddels directeur van de academie), Mario Botta, Alessandro Mendini, Gaetano Pesce en Ettore Sottsass, kortom de top van het Italiaanse design heeft er zijn gezicht laten zien. Het maakte dat de Domus Academy in korte tijd een naam heeft gekregen. De reputatie was kennelijk al zo snel gevestigd dat de EG de academie sponsorde, en dat staten, waaronder Nederland, beurzen verstrekten aan studenten. De selectie is streng: per cursusjaar worden er vijfentwintig studenten toegelaten.

De EG is na drie jaar afgehaakt. Bedrijven zijn nu de voornaamste geldschieters voor de studenten, want op eigen kracht en met eigen geld studeren lijkt gezien de hoogte van het studiegeld – tienduizend dollar per studiejaar – vrijwel onmogelijk. Amerikanen en Japanners mogen dat voor een vervolgopleiding aan een particuliere school normaal vinden, voor Europese begrippen is dit duur.

Kusters kon er het eerste jaar terecht dankzij de beurs van WVC. Hij heeft in Eindhoven gestudeerd, maar is in Genk (België) afgestudeerd. Afstudeerproject: een ergonomisch design voor een rugzakje.



Italië trok Kusters, zeker toen de plannen voor de designacademie vorm begonnen te krijgen. *'In Italië,'* zegt Kusters in een koel kantoortje, *'bestaat er al sinds de Renaissance een sterk humanistische inslag. Het kenmerkt de benadering van een probleem. Ze zijn bezig met mensen.'* Deze instelling maakt het voor designers makkelijker een idee aan een bedrijf te verkopen. Dit in tegenstelling tot Nederland waar vormgevingskwaliteiten niet automatisch worden onderkend: de Nederlandse industrie staat volgens hem niet bekend om haar openheid voor vormgeving. Kusters: *'Met een goed idee kun je altijd bij een bedrijf terecht. In Italië wordt vanuit de ontwerper, de architect gedacht. Tot het laatste schroefje is hij er bij betrokken. Het produkt wordt afgestemd op jouw idee.'*

Kusters gebruikt de Domus Academy ook als uitvalsbasis voor zijn ontwerpen. Met zo'n nauwe relatie tussen school en bedrijfsleven is dat niet zo vreemd. *'Ik wilde me wat uit de school losmaken. Het begint zo langza-*

Kledingstandaard van Maarten Kusters voor Vanini

merhand een instituut te worden. De kansen waren er nu, nadat een paar bladen over mijn ontwerpen geschreven hebben.'

De jonge Nederlander heeft recent voor de Italiaanse firma Vanini een kledingstandaard gemaakt: een schouderpartij waar je je jas aan kunt ophangen, een standaard op een messingvoet en bovenop een schuin geplaatst spiegeltje. Tin Uni is de eigenzinnige kapstok gedoopt, de naam van een Etruskische huisgodin. De schouderpartij kan dankzij een Japanse vinding met een print van elk willekeurig dessin voorzien worden. Tot dusver konden dergelijke prints alleen op een plat vlak aangebracht worden. De kledingstandaard diende een gat op te vullen in de zogeheten groep van huisaccessoires, een leemte die door marktonderzoek was aangetoond.

'Het moest afgestemd worden op een bepaald soort gebruiker die hecht aan exclusiviteit en kleding belangrijk vindt. Een yuppie dus. De ontwikkeling ervan gebeurt door technici, maar ze bellen me op als ze iets willen veranderen. De designer heeft het hier voor het zeggen.'

Te ver en te duur

De riante positie voor de designer, de creatieve mogelijkheden, de drang tot vernieuwing en experiment, dat waren voor Kusters de aantrekkelijke kanten van Italië. Lang voor hij zich in Milaan, hét centrum voor vormgeving, vestigde, waren er al andere Nederlanders die daar ook hun heil zochten. Vlak na de oorlog was het klimaat voor industrieel ontwerpers in de Nederlandse industrie, een enkel bevlogen bedrijf daargelaten, beroerd. De kunstacademies, met onder andere Rietveld en Stam aan het roer, leverden weliswaar enthousiaste ontwerpers af maar eenmaal in de samenleving liepen ze tegen een muur van beperkingen en onbegrip op.

Ze kwamen bij toeval of opzettelijk in Italië terecht. Grafisch vormgever Bob Noorda (60): *'Ik heb een half jaar een kleine studio in Amsterdam gehad, maar wilde ervaring opdoen in het buitenland. Amerika was toen voor een grafisch vormgever mogelijk interessanter, maar te ver en te duur. Toen ik hoorde dat Milaan opkwam, heb ik de koffer gepakt, de trein genomen en ben niet meer teruggekomen'.*

Industrieel ontwerper Andries van Onck (59), hij studeerde tussen '54 en '57 bij Max Bill aan de Hochschule in Ulm, kreeg een verzoek van Olivetti om daar verder te werken. *'Olivetti had toen al de naam een sociaal bedrijf met een culturele instelling te zijn'.*

Industrieel ontwerper Derk Jan de Vries ontwierp in Nederland verlichting voor Hiemstra en Evenblij (het latere Lumiance) en de 'trekbuis' voor de wc die in menige nieuwbouwwoning na de oorlog werd geïnstalleerd. Veel meer mogelijkheden dan Philips en KLM bood Nederland in de jaren vijftig niet. Bovendien waren de normen van de stichting Goed Wonen bon ton en dat zinde hem niet. Hij trad in het voetspoor van de siersmid Hanna Knoll en kon via haar terecht bij het warenhuis La Rinascente. *'Ik ben er naar toegegaan, nam mijn map met werk mee en ben er gebleven. Ik hoefde de namen van Rietveld Van Eyck maar te noemen, dat was als introductie al voldoende'.*

Ze waren pioniers in een land dat de buitenlandse ontwerpers graag ontving. Ze wonnen prijzen: de prestigieuze design-prijs de Compasso d'Oro bijvoorbeeld; Van Onck voor de schakelaarset Ave die klaar is voor de totaal bekabelde huiskamer. De Vries voor een boekhoudmachine van Olivetti. Ze vormden de succesbepalende factor voor het Italiaanse design. Altijd was er wel een hoekje in de Fiatfabriek van Agnelli waar Zuidamerikanen aan het experimenteren waren met de carrosserie, herinnert De Vries zich.

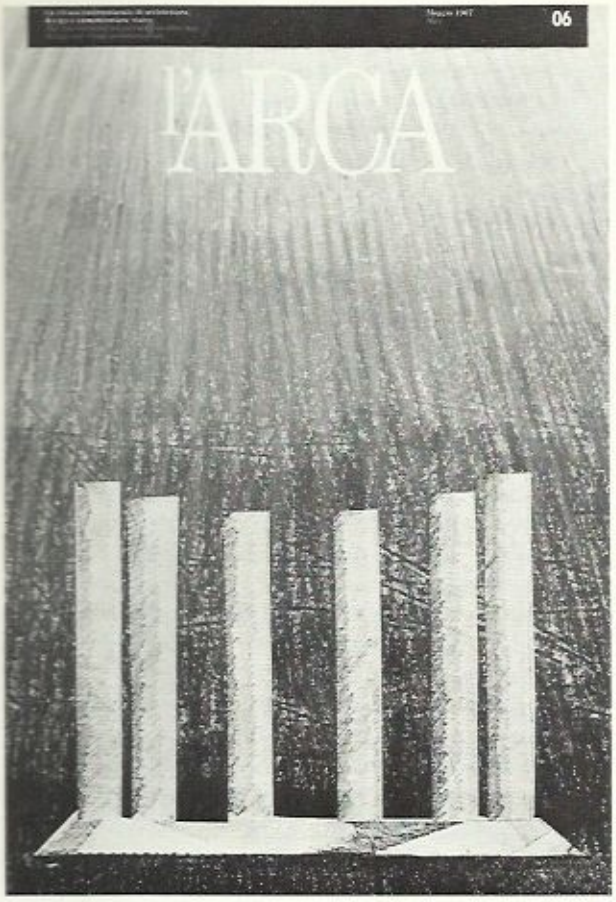
'Pirelli hoefde zich in de monopoliepositie niet druk te maken over de verkopen. Gaf daarom ontwerpers de kans zich uit te leven in de advertenties en brochures', zegt Noorda die de reclamecampagne voor de Cinturato-band vormgaf. Van Onck knutselde met Sottsass in de keuken van zijn appartement aan de eerste computer voor Olivetti. *'Ik ben nooit een technicus geweest, maar heb gewoon bepaalde dingen in de praktijk geleerd. Olivetti vormde daarvoor een prachtige school'.*

Nederlands

Een nauw, donker straatje in het centrum van Milaan. De gevel van het palazzo ziet er verweerd uit, de luiken zijn verveloos. Des te verrassender is het binnen een moderne studio aan te treffen. Het ornamenten plafond, met rustieke taferelen van het Italiaanse landschap, is het enige dat aan de moderne tijd is ontsnapt. Bob Noorda verontschuldigt zich voor zijn Nederlands. Hij is in dertig jaar al zó geworteld in Italië dat hij zijn moedertaal vrijwel heeft verleerd.

Het nieuwe tijdschrift waarvan hij art director is, pronkt op tafel. *'Met l'Arca wilden we een plaats zoeken tussen Domus en andere architectuurtijdschriften. We wilden vooral de futuristische kant uit'.* Het mei-nummer geeft daar een staaltje van, met artikelen over de illusionaire en bestaande stad, de stad als voortdurende bouwplaats.

Hoewel Italië niet bepaald verlegen zit om luxe uitgegeven, special-interest-bladen, kon l'Arca er volgens de uitgeverij nog wel bij. Het blad lóópt, constateert Noorda tevreden. Hij gebruikt bij l'Arca de century als brood- en kopletter en liet de futura als kopletter wat compacter maken. Het zint hem nog niet helemaal. Te iel, te bescheiden. ▶



l'Arca valt op door het weelderig gebruik van tekeningen. Dat is met opzet gedaan. *'Architectuurtekeningen verkleinen, dat werkt niet. Je moet een bepaald plan goed kunnen zien'.*

Pirelli vormde voor Noorda in 1959 de springplank. De Italiaanse grafiek was nog niet ontwikkeld, leefde op propaganda en illustratieve affiches. Voor Noorda, met zijn leerschool bij Rietveld en geïnspireerd door Piet Zwart, was dat in wezen een stap terug. Maar Pirelli en ook Olivetti stonden open voor zijn ideeën. Nadat hij enkele jaren zelfstandig een eigen advertentiebureautje in Milaan had gedraaid, werd hij naar Pirelli gehaald en mocht voor de banden-gigant de hele communicatie verzorgen: prospectussen, affiches, de advertentiecampagne.

Bij Pirelli bleef hij niet. Hij wilde terug naar een eigen studio. *'Er was begin jaren zestig continu werk, ook voor andere klanten'.* Zijn internationaal meest in het oog springende werkstuk ontstond in die tijd: de belettering en routing van de nieuwe ondergrondse van Milaan. *'Een graficus komt pas op het laatst, om wat bordjes neer te hangen. Dat wilde ik niet hebben'.* Zijn vondst was een kleurenband: een groene en oranje lijn die de reiziger moeiteloos door de anonieme stations voert. Letterlijk en figuurlijk een leidraad bij overstappen. De naam van de stations plaatste hij – een vrij kleine diapositieve helvetica-letter – telkens op vijf meter afstand van elkaar, terwijl voordien in metro's gebruikelijk was dat de naam een enkele keer in een grote letter te lezen was. *'Je moet bij het inrijden van een station meteen weten waar je bent. Dat is in een metro, waar je je oriëntatie zo snel kwijtraakt, van levensbelang. Bij een metro telt dat je er zo snel mogelijk in en snel mogelijk uitgaat. Het is geen plaats om je in op te houden'.*

Noorda's idee sloeg aan. New York en Sao Paolo schakelden hem in voor de belettering van hun metro's, terwijl de Londense tube het idee overnam. *'New York was heel moeilijk. De ondergrondse is daar voortgekomen uit drie particuliere ondernemingen die later hun netten op elkaar hebben aangesloten. Er zijn daar 300 tot 350 stations – waarvan sommige ook nog met elkaar verbonden – en twaalf of dertien lijnen. Ik heb er een jaar aan gewerkt en stelde voor elke lijn een nummer plus een kleur te geven. Dat systeem is geaccepteerd én het werkt'.*

Het leven van Noorda bestaat allang niet meer uit letters alleen. Al in de jaren zestig is hij begonnen huisstijlen en logo's te ontwerpen. Hij slaat een catalogus op. Stella Artois, Agip Italië, Coop Italië, Pirelli, de Biennale van Venetië, de regio Lombardije en een keur aan Italiaanse firma's zijn door hem van een nieuw corporate image voorzien. In Amerika werkte hij met een compagnon aan de aanpassing van de huisstijl van Ford. Toch verkoos hij naderhand klein te blijven en zich terug te trekken op Italië. *'Ik heb in mijn vak artisticiteit nodig'.*

De benzinemaatschappij Agip gaf hij halverwege de jaren zeventig niet alleen een vernieuwd beeldmerk met een opvallende, opengewerkte letter, maar ook een nieuw imago. De benzinestations van Agip werden onder zijn hoede aan een rigoureuze scheiding van functies onderworpen: een gele band op de gebouwen voor tanken, een rode band voor winkelen en eten en een groene voor slapen. *'Ik vond het niet kunnen dat je in je hotelkamer ook dat Agip-draakje op een gele ondergrond aantrof. Alles ruikt dan zo naar olie.'*

Coop Italië is een van zijn laatste werken. Hij stelt in de conferentiezaal het dia-apparaat in. Zijn ingrepen in de supermarkt lijken eenvoudig maar doeltreffend: schuin geplaatste borden tegen het plafond, met een rustige produktaanduiding, maken de vaak toch al chaotische winkels tot een overzichtelijk, snel te nemen circuit. Hij veranderde ook het licht. *'Het viel me op dat in supermarkten tl's altijd in rijen tegen plafonds geplakt*

**'Toen ik hoorde dat Milaan opkwam,
heb ik de koffer gepakt,
de trein genomen en
ben ik niet meer teruggekomen'.**

zitten. Ik heb ze in een vierkant geplaatst. Dat verdeelt de overzichtelijkheid en geeft al een beter imago'.

Overzichtelijkheid en helderheid zijn ook de uitgangspunten voor zijn bewegwijzering voor een business-center (een ontwerp van Kenzo Tange) in Napels. Een prestigieus object, zo valt op te maken uit de tekeningen in l'Arca, dat het Napolitaanse antwoord moet worden op La Défense.

Roekeloos, avontuurlijk en argeloos

Italië is het land van de families. Sterker, van de macht van enkele families. Dat heeft zijn schaduwzijden, maar ook zijn voordelen, zeker als het om de stimulering van design gaat. Zanussi, Kartell, Cassina, Olivetti, zij zijn maar een paar van die machtsconglomeraten die hun macht niet alleen financieel maar ook cultureel hebben aangewend. Ook al maakt Agnelli niet de mooiste auto's, hij heeft met zijn Fiat toch het automobielontwerp gestimuleerd. En dat geldt eveneens voor Alfa Romeo en Lancia, vindt Derk Jan de Vries. Italianen, ze zijn roekeloos, avontuurlijk en argeloos, constateert Van Onck. *'Het gevolg is dat veel firma's failliet gaan. Ze riskeren het maken van een serieprodukt.'*

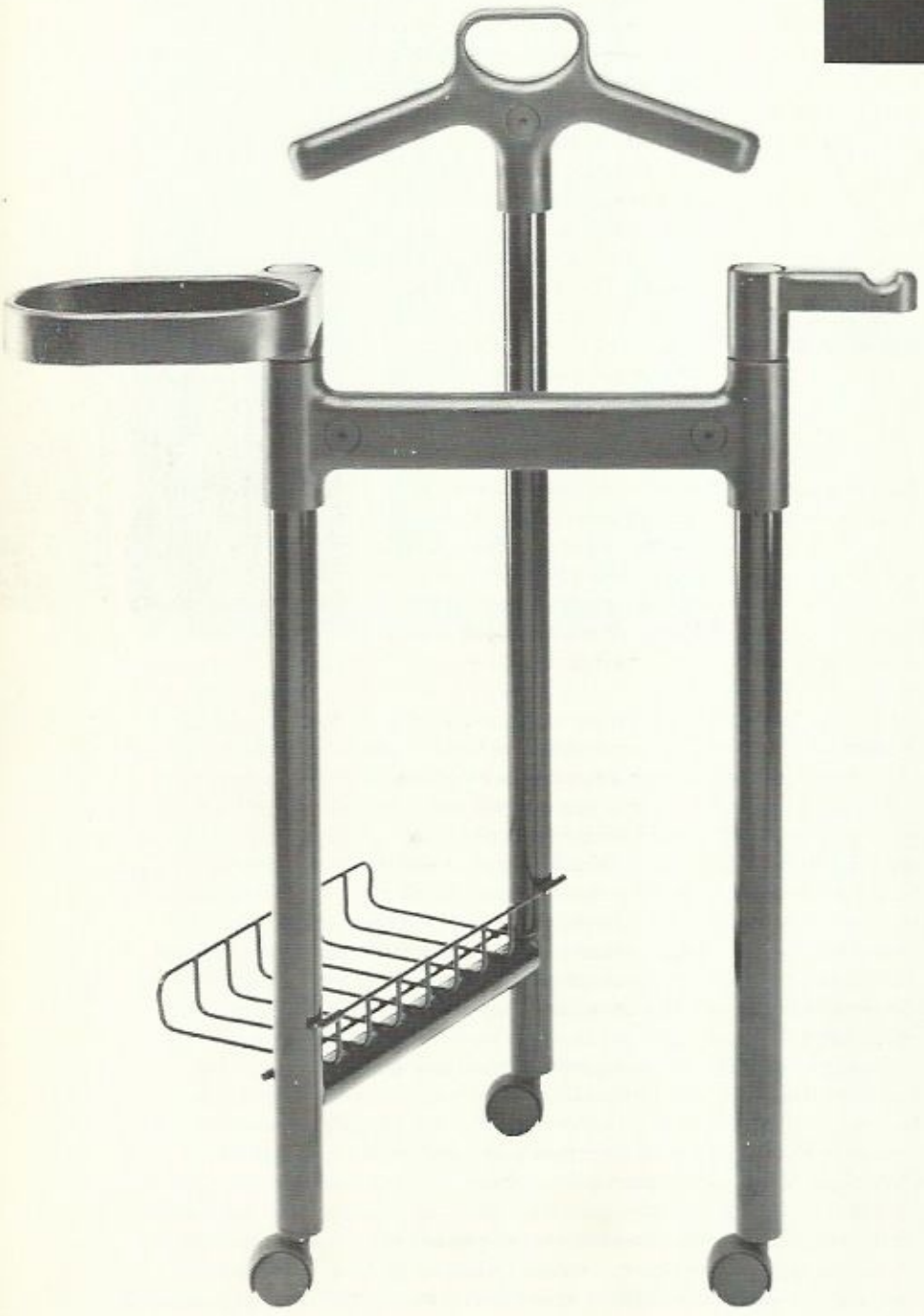
Tegen faillissementen bestaat tegenwoordig een remedie: marketing. De haalbaarheid van een produkt wordt uit en te na onderzocht. De Vries: *'We weten nu al welk produkt over drie jaar – de voorbereidingstijd – gaat aanslaan. Je leert inspelen op de winkel in Barcelona die straks jouw stoel tussen soortgelijke meubels gaat verkopen. Ik denk dat dit het manco bij de Nederlandse bedrijven is. Het Dutch Design Center maakt prachtige dingen, waarvan het belang ook in Italië wordt ingezien, maar slaat in Nederland zelf niet aan. Ik zie als enige kans voor de groep dat ze een kwaliteitssprong maakt en zich meer op het buitenland richt'.*

Nederland is in de ogen van Italië volgens De Vries een mercato particolare. Het moeilijkste afzetgebied voor goed vormgegeven meubels. De topmerken kunnen overal succes hebben behalve in Nederland. *'Men is in Nederland niet gevoelig voor een bepaald raffinement. Het publiek is niet design-minded. Italianen zijn daarentegen erg veeleisend. Ze zullen niet direct een zitkuil willen – het experiment moet in een diepe bocht gebogen worden – maar ze zijn gesteld op een "modern klassiek meubel" niet één bepaald produkt van één bepaald jaar'.* Het ligt dus voor de hand dat een Ikea wel in Nederland, maar nooit in Italië zal aanslaan.

De smaakverschillen tussen Italië en Nederland hangen in eerste instantie samen met de manier van wonen. Van Onck, die in het ontwerpen van het massa-meubel een uitdaging heeft gevonden: *'De Italiaanse woning is nu eenmaal ruimer dan de Nederlandse. Je kunt dus meer experimenteren. Italianen zijn geneigd* ▶

Bob Noorda

Andries van Onck
Kledingstandaard 'Totem',
1982 voor Magis



Stekker, 1970, voor Upim

zwaardere en grotere meubels in huis te halen. Ze hoeven ze niet zo nodig van hun plaats te halen. Dat is in een stofzuigende natie als Nederland ondenkbaar. De beperking van design kun je ook positief zien: in Nederland is Pastoe goed geslaagd in aanbouwmeubelen'. De Vries: *'Alleen al het verschil in opleveren van de woning: in Nederland is er een kastenprogramma, een keuken. Italianen krijgen een woning die niet af is. Behalve de vloeren: die zijn altijd afgewerkt.'*

Het heeft De Vries altijd verbaasd, de verschillen in wooncultuur. Serviezen en pannensets zijn overal verschillend omdat de kookgewoonte overal anders is. Hij ondervond dat bij het ontwerpen van keukens. Van Onck moest, toen hij voor Zanussi werkte, voor elk land een ander dashboard voor de wasmachine maken. Duitsers houden niet van symbolen, willen juist zoveel mogelijk tekst, Italianen willen weer alleen symbolen en in Scandinavië wordt vooral gehecht aan extreem strenge veiligheidseisen.

Zowel De Vries als Van Onck ontwierpen voor het warenhuis Upim, een dochter van La Rinascente. Het zijn respectievelijk de Hema en de Bijenkorf van Italië. Van Onck voelde zich thuis bij Upim omdat hij geen elitaire dingen wilde maken. Zijn spraakmakendste en klassiekste ontwerp is daar het bewijs van: een stekker met een gat waarin je je vinger kunt steken om de stekker veilig én compleet uit het stopcontact te trekken. Het wordt na vijftien jaar nog steeds bij Upim verkocht.

Stad vol militairen

Functionaliteit en dienstbaarheid aan de gemeenschap zijn voor Van Onck de uitgangspunten bij zijn werk. De industrie heeft al zoveel schade berokkend aan de samenleving – neem alleen al de milieuvervuiling –, dat je als designer de taak hebt zo menswaardig mogelijk te werk te gaan. Veel designers, vindt hij, hebben het faillissement van bedrijven op hun geweten, door intellectualisme of eclecticisme. Hij gruwt dan ook van postmodernistische, anti-design produkten. Ik wijs op een hi-fi-set van afgebrokkeld gewapend beton. Verontwaardigd:

'Dát is pas elitair en provocerend: iets ontwerpen dat er kapot uitziet. Ik ben er niet voor dat design als mode gezien wordt. De mensen geven daarvoor geen geld uit. Het is niet een jasje dat je weggooit. Goed design verslijt niet. Het gladde, gepolijste design hoeft niet onder te doen voor het handwerk uit de middeleeuwen. Dat is onze 20e eeuwse variant'.

Het was zijn Japanse vrouw, Hiroko Takeda, die Van Onck uit de Zanussi-sfeer haalde. Veel meer dan een bedieningspaneel bij een wasmachine of het interieur van een ijskast maken is nu eenmaal niet mogelijk. Als je als industrieel ontwerper een naam wil opbouwen, zei ze, moet je je op meubels toeleggen. Het was een gedurfde stap, aangezien het op de Italiaanse meubelmarkt al dringen is. Van Onck was gedwongen begin jaren zeventig enige tijd voor Zanussi in Pordenone te verblijven. *'Een naargeestige stad, vol militairen. Het Italiaanse leven ligt stil tussen vijf en acht uur 's avonds. Om de verveling te verdrijven, zijn we toen op onze hotelkamer meubels gaan ontwerpen'.*
De bij Pordenone gelegen fabriek van Magis had toevalligerwijs problemen met design. Van Onck kwam met zijn in nood geboren ontwerpen als geroepen. Een van zijn eerste werken, de kledingstam Totem, bleek meteen een succes. *'Ik heb gezien dat hij in Taiwan al is nagemaakt'.*

Zijn Clicket, ook voor Magis gemaakt, is door de aankoop van het Stedelijk in Amsterdam een museaal meubelstuk geworden. Het is een elegant opvouwbaar stoeltje dat, een nouveauté, op draadstaal steunt. De stalen buis was tot dusver een meer gangbaar materiaal. De zitting en leuning van de Clicket hebben een ruitmotief. Dat is niet zozeer de Japanse invloed van zijn echtgenote alswel de decoratieve oplossing voor de ribben aan de onderzijde van de zitting. De Clicket moest volgens Van Onck vooral ingeklapt, hangend aan de muur, een overtuigend meubelstuk zijn. *'Een grafisch element aan de muur. Vaak wordt omgekeerd gedacht en is de ingeklapte toestand de eindfase'.*

Van Oncks team hielp Magis uit het dal met kleine, vernuftige meubels. Een tafel die in een handomdraai van salontafel naar eettafel is om te stellen, een keukentrapje (vooral een idee van Hiroko) dat nu eens niet een onooglijk obstakel is maar – ook weer inklapbaar – een nuttig decoratief object. En zo valt er binnenkort zelfs een inklapbare tweezitter te verwachten.

Dat Magis en andere bedrijven vertrouwen in Van Onck stellen, heeft volgens hem te maken met de Nederlandse degelijkheid. *'Je komt bij een Nederlander niet bedrogen uit. Ik denk dat ik dát uit Nederland meegenomen heb. Op tijd komen, afspraken nakomen. Op die manier ben je geloofwaardig. Het verwondert me dan ook niet dat de opdrachtgevers niet weglopen'.*

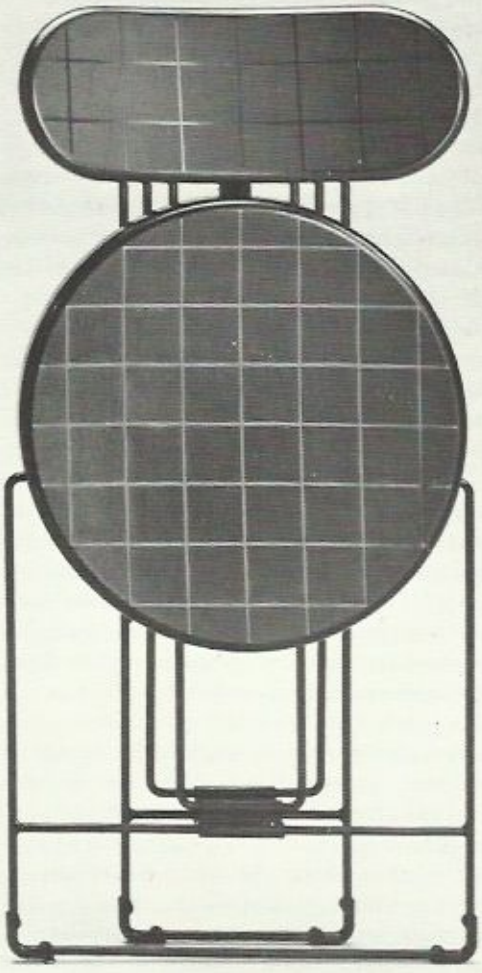
'Nee, het was niet het rationalisme en het functionalisme, dat de Italianen op prijs stelden toen ik er eind jaren vijftig kwam', herinnert De Vries zich. *'Dat was dood. De Italianen zeiden dat het functionalisme alleen en het best gefunctioneerd had in Auschwitz en Dachau. Dat irriteerde me wel. Met functionalisme hoefde ik niet aan te komen. Gelukkig ben ik ook niet zo'n rationalist, maar een liefhebber van Berlage en de Amsterdamse School. Ik bracht mijn relatie met de Amsterdamse School en Rietveld mee, die per slot van rekening geen functionalist is, al lijkt het van wel. Later heb ik met Italianen door Nederland gereisd om ze de Amsterdamse School te laten zien. Met Bellini en zijn studenten hebben we Dudok bezocht. De Italianen gingen ervan uit dat er na de oorlog begonnen moest worden met een nieuwe vorm. Ze vonden daarvoor veel aanknopingspunten in de Amsterdamse School'.* De grootste fout die Nederland beging in die tijd, was volgens De Vries de traditie te ontkennen. Het heeft in zijn visie de Nederlandse architectuur en vormgeving op jaren achterstand en een tijdlang in een geïsoleerde positie gebracht.

Cultuurgoed

Terwijl ze van een afstand de ontwikkelingen in Nederland volgen, constateren ze dat Nederlandse industrieel ontwerpers zich meer dan vroeger waarmaken. Nederlands design is niet langer iets om je voor te schamen. De Amsterdammer van Van den Nieuwelaar had volgens Kusters in Italië gemaakt kunnen zijn. Philips is altijd een partij waar je rekening mee moet houden, meent Van Onck vanuit Zanussi-optiek.
Maar ondanks alle voorwaartse bewegingen zal de Nederlandse vormgever in een weinig benijdenswaardige positie blijven. De marketing is niet goed op het produkt afgestemd en – misschien nog wel zo belangrijk – design is geen in de maatschappij geïntegreerd cultuurgoed. De Vries: *'Italianen zijn in de eerste plaats architecten en dan pas designers. Als architecten staan ze open voor iedere vorm van dialoog. Architectuur is daarbij al een vak op de middelbare school. Kinderen worden getraind in de logica van bouwen, en dat betreft niet alleen het moderne ontwerp maar net zo goed de Renaissance'.*

Die jonge generatie Italiaanse ontwerpers, sinds het begin van de jaren zestig geschoold in cultura e technica, dient zich nu aan op de markt. Is het dus verwonderlijk dat nog niet zo lang geleden bewegingen als Memphis en een studio als Alchimia konden ontstaan?
Maar het is niet alleen de opvoeding in design, die het klimaat schept. Het is ook de durf een mislukking op de koop toe te nemen en de politiek van een bedrijf de ▶

Andries van Onck



Andries van Onck
Opvouwbaar stoeltje 'Cricket', 1983,
voor Magis

designers te laten uitzwermen. Olivetti bijvoorbeeld stond een ontwerper als De Vries toe ook zijn licht op te steken bij de meubelindustrie, zelfs nadat hij de Compasso d'Oro in de wacht had gesleept voor een boekhoudmachine. Designers, stelt De Vries vast, gaan elkaar niet achterna. Het is een soort ongeschreven regel dat een Sottsass niet iets maakt wat een Morozzi had kunnen maken en omgekeerd.

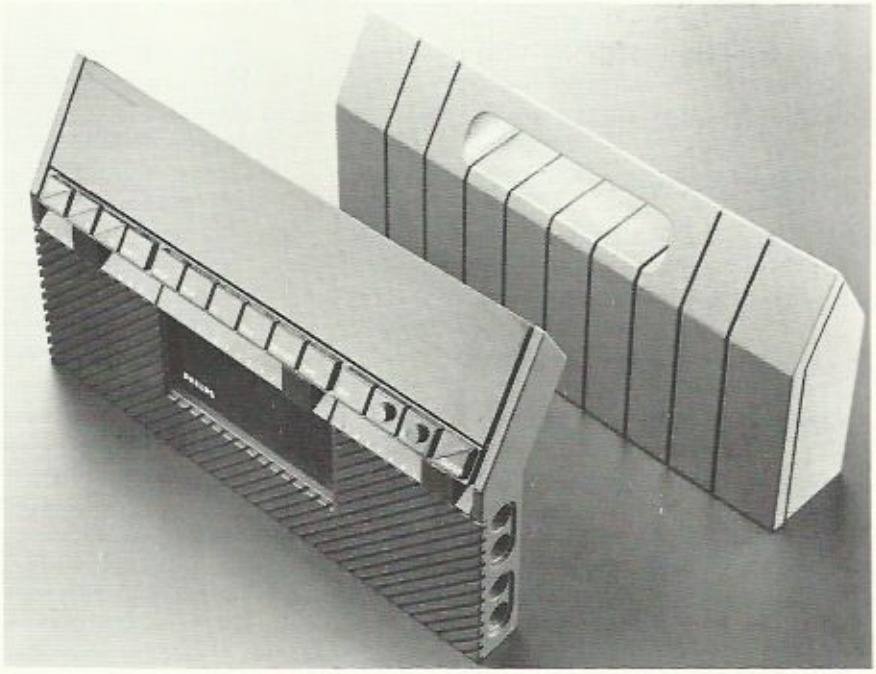
Voor alles telt in Italië de kwaliteitsnorm. Die heeft het Italiaanse design ook door kleine crises gesleept. Van Fiat-directeur Agnelli is de uitspraak dat er geen brood te verdienen valt met artikelen uit de supermarkt. Het Italiaanse ontwerp, met andere woorden, moet niet gaan wedijveren met inferieure massa-produkten uit Oost-Europa. Toen Zanussi ruim tien jaar geleden zijn markt zag afgeroomd door een tafelmodel koelkast uit Oost-Europa, was volgens Van Onck het antwoord: een beter tafelmodel koelkast.

Nuovo classico

Op de Domus Academy zwaait Maarten Kusters een deur open. Achter een schuifwand wordt toonloos lesgegeven. *'Je mag er nog niet over schrijven'*, fluistert Kusters op samenzweerderige toon, als betreft het het nieuwste, geheime kruisvluchtwapen. Maar hij wil, begrijpelijkerwijs, het moment suprême afwachten. De lancering van zijn nieuwe ontwerp. Een divano, dat is alles wat er over vrijgegeven mag worden, maar wel een heel bijzondere. *'Ik hoop dat het mijn nuovo classico wordt, iets wat ik altijd interessant gevonden heb bij Castiglioni'.*

Indachtig de stijl van de Domus Academy hebben we ons in het gesprek meer verdiept in de filosofie achter het industrieel ontwerp, dan de verschijningsvorm. Een beslissend tijdsgewricht staat voor de deur, voorspelt Kusters. De massa als doelgroep is achterhaald. De ontwerper moet inspelen op een specifieke groep mensen, gaat rekening houden met een korte voorbereidings- en consumptietijd. Design wordt iets à la mode. De tekenen wijzen erop: trends en retrotrends volgen elkaar in hoog tempo op.
Het wordt voor de nieuwe generatie zowel moeilijker als makkelijker, gelooft Kusters. Van de jongeren wordt een grotere flexibiliteit verwacht, terwijl ze anderzijds op een gevestigde club stuiten. *'Cassina bepaalt het, en zij brengen tegenwoordig eerder klassieken als Rietveld en Frank Lloyd Wright dan ontwerpers van deze tijd. Ze drijven op een handtekening. Zie daar maar eens tussen te komen. Cassina moet ook wel, want de kopersgroep is met de zaak meegegroeid en de kopers zijn tegenwoordig de midden- en hogere klasse Duitsers'.*

Voor de grafisch ontwerper is Milaan niet het Mekka, stelt Noorda vast. *'Ze komen hiernaartoe omdat het een naam heeft. Italië is grafisch niet zo belangrijk; dan is Londen interessanter'.* En Nederland begint een rol te spelen, is zijn indruk. Is in Italië vooral de privé-onderneming de motor achter het design, in Nederland is het de overheid. De PTT, de Spoorwegen, de Rijksmunt. *'Zo'n nieuw briefhoofd van het Ministerie van WVC, met die schuine letters, dat gaat zelfs al weer over een grens'.*
Ik laat hem het nieuwe biljet van 250 gulden zien. Hij knikt goedkeurend. *'Hier is Italië nog niet aan toe. Ga maar eens de straat op. Je ziet het er hier niet aan af dat design zo belangrijk is. De codice stadale (de landelijke standaard voor bewegwijzering) uit 1959 is nog steeds van kracht. Het is gewoon Middeleeuws'.*
Van een verzadigde of ideeënarme markt is geen sprake. Van Onck ziet een uitdaging in de nieuwe opvattingen over wonen. Een slaapkamer die niet meer louter slaapkamer is, een keuken die niet uitsluitend keuken is en een badkamer waarin ook gewoond wordt. Het serveermeubel en het tafelmodelkoelkast van Zanussi bieden in deze mobiele woning uitkomst. De kansen voor een gesetteld en aankomend ontwerper zijn gelijk. De Vries, een late vijftiger, put hoop uit de toekomst: *'Sottsass en Castiglioni hebben hun beste ontwerpen gemaakt toen ze nog veel ouder waren dan ik nu ben. Mijn meest geslaagde ontwerp moet dus waarschijnlijk nog komen'.* ◄



Derk Jan de Vries
Radio-recorder voor Philips, prototype