

Driving Dutch Design vormt ontwerpers tot ondernemers

Werken en ontwerpen vanuit beroering, in plaats van een business-model. Allereerst voldoening halen uit een ontwerp, in plaats van de omzet. Niet prestatie, maar passie drijft veel ontwerpers. Daar is niets mis mee, behalve als het op de langere termijn je ontwerppraktijk en groei belemmert. Ontwerpers zijn óók ondernemers, als het aan BNO, Dutch Design Foundation en ABN AMRO ligt. Samen organiseren zij Driving Dutch Design (DDD), een programma dat jonge ontwerpers op weg helpt. We spreken enkele oud-deelnemers over de lessen die ze onderweg oppikten.

TEKST PRISCILLA DE PUTTER

DRIVERS

Elk jaar selecteren Dutch Design Foundation en de BNO zo'n twintig ontwerpers of ontwerpstudio's voor deelname aan Driving Dutch Design, een intensief professionaliseringstraject van tien maanden. Deze 'drivers' volgen masterclasses over profilering, financiering, bedrijfsvoering, presentatie en communicatie. Daarnaast werken de ontwerpers individueel met een coach van ABN AMRO. De deelnemers voor 2019 presenteren zowel zichzelf als het collectieve resultaat tijdens Dutch Design Week van 19 t/m 27 oktober. WWW.DRIVINGDUTCHDESIGN.NL

Lidewij Vera Ari van Twillert lanceerde haar lingeriemerk Ari van Twillert, waarmee ze onder andere bh's met 3D-geprinte pasvorm produceert. Het DDD-programma gaf haar op het juiste moment een duwtje in de rug. 'Het leek me leerzaam en leuk om met andere ontwerpers zo'n traject in te gaan.' Vers afgestudeerd aan de faculteit Industrieel Ontwerpen van de TU Delft was ze als academische ontwerper geïnteresseerd in de autonome aanpak van het ontwerpvak. 'Mijn grootste ambitie was om mijn eigen stem als ontwerper te vinden. Vanuit mijn studie ben ik gewend om met een programma van eisen aan de slag te gaan. Ik redeneer daarvoor altijd vanuit de gebruiker, maar wilde ook leren om meer te vertrouwen op mijn eigen ideeën en creativiteit.' Voor die zoektocht gaf DDD het startschot. Ondertussen werkte ze verder aan haar afstudeerproject: de bh met perfecte pasvorm, op maat gemaakt door middel van een 3D-scanner. Wat tijdens DDD startte, culmineerde in november 2018 in de lancering van The Fundamentals, haar eerste collectie. 'Het lingerievak is een vak apart en ik heb ontzettend veel geleerd, ook van de huidige

Lidewij van Twillert industrieel ontwerp meets ambacht



coupeuse met wie ik samenwerk. Tijdens Dutch Design Week presenteerde ik mijn visie op vorm en functie, maar het was nog niet draagbaar. Inmiddels is het een draagbaar product waarvoor we een octrooi hebben aangevraagd.' Hoe het werkt? Met een 3D-scan worden je maten op basis van 20.000 datapunten vastgelegd. De software verwerkt het tot een ontwerp op maat, dat vervolgens wordt geprint en met de hand verwerkt in custom-made lingerie. Het resultaat is een setje dat perfect past, zozeer dat de cupgrootte per borst vaak net iets verschilt.

'door Driving Dutch Design durfde ik autonomer te gaan werken'

Tijdens DDD werd het zaadje geplant voor deze collectie, vertelt ze. Daar wil ze met haar merk nu op voortbouwen met een couture-collectie. 'Je kunt het zien als een pleidooi voor maatwerk en een manifest

tegen *fast fashion*. De waarde van kleding is gedegradeerd; juist een persoonlijk ontwerp geeft veel meer waarde. Naast een persoonlijke pasvorm zou ik ook graag werken met een persoonlijke esthetiek.' Aan ambities ontbreekt het bij Ari van Twillert niet. De belangrijkste les die Lidewij leerde tijdens DDD was het vinden van en luisteren naar haar eigen stem, en dat is ook haar tip aan anderen: luister naar jezelf, leer van anderen en durf je open te stellen. 'Door DDD durfde ik autonomer te gaan werken. De masterclasses dwongen me om na te denken over waarom ik doe wat ik doe, waar die interesse vandaan komt en of die in mijn kindertijd al aanwezig was.' Als creatief kind in een vissersdorp voelde ze zich altijd anders: ze paste net niet in de wereld waarin ze leefde. Daarom gaf ze haar eigen wereld vorm, en die past haar nu zoals de bh's die ze maakt.

WWW.ARIVANTWILLERT.COM

dude

ACCELERATORS

In samenwerking met BNO, Aim for the Moon en Reframing Studio ontwikkelde HEMA Foundation een acceleratorprogramma waarin wordt gezocht naar oplossingen voor maatschappelijke problemen. Ze doen dat samen met jonge ontwerpers, die ondertussen alles leren over het reilen en zeilen van een creatieve start-up. Dit jaar staat het thema taalvaardigheid centraal. WWW.HEMA-FOUNDATION.ORG

In termen als 'ik lees langzaam' en 'ik maak veel spelfouten' hoorde Anne Ligtenberg zichzelf en andere dyslecten hun stoornis vaak uitleggen. Dat moest toch anders kunnen? Niet het probleem, maar de oplossing behoeft meer aandacht, vond ze. Ze maakte het haar doel én afstudeerproject (2013), dat ze na haar afstuderen samen met vriend en studiegenoot Mats Horbach doorontwikkelde. Ze besloten samen deel te nemen aan DDD 2017 en hoopten daarmee onder andere meer grip te krijgen op hun samenwerking. Anne: 'Wilden we in de toekomst onder één naam verder werken door samen een studio te starten? Of was onze samenwerking vanuit twee specialismen en twee studio's juist een kracht?' Tijdens het DDD-traject ontwikkelden ze hun *Dyslexie Boek* én leerden ze gaandeweg meer over hun samenwerking en eigen ontwerppraktijk. Mats: 'De grootste eyeopener voor mij was de waarde van een helder verhaal. Als je zelf goed voor ogen hebt waar je mee bezig bent, begrijpen anderen het ook veel sneller.' Anne: 'Dat merkten we ook bij de *fundraising* voor ons boek: toen wij eenmaal goed konden verwoorden waar het boek voor stond, kregen we sneller mensen mee.' In het *Dyslexie Boek* ervaren lezers hoe dyslecten taal ervaren. Dat was op zichzelf al geen gemakkelijke opgave, maar het 'waarom' erachter uitleggen was ook geen sinecure. Mats: 'We dachten een goed verhaal te hebben, maar onze coach snapte er niets van.'

'als anderen snappen wat je doet, weten ze het sneller op waarde te schatten'

De lessen die ze leerden, hadden direct effect op hun ontwerppraktijk. Allereerst besloten ze als twee zelfstandige studio's verder te gaan. Anne: 'Mats' portfolio trekt andere klanten dan de mijne. Door onze studio's los van elkaar te profileren, is ons bereik breder.' Daarnaast hebben ze hun verhaal – over hun eigen studio én het boek – helder voor ogen én zien ze zichzelf nu meer als ondernemende ontwerpers, vertelt Mats. 'De masterclasses over financiën hebben mijn ogen geopend. Ik heb meer inzicht en stel concrete doelen.' Anne heeft daardoor het gevoel meer controle te hebben. 'DDD heeft ervoor gezorgd dat we proactiever werken, in plaats van reactief.' Dat de Kickstarter-crowdfunding voor het boek zo'n succes zou zijn, hadden ze van te voren niet durven hopen. Anne: 'We kozen bewust lage bedragen, zodat we meer supporters en daardoor dus ook meer ambassadeurs voor het boek zouden werven.' Het boek oogstte mooie reacties en gaf hen veel voldoening, maar ze zijn nog niet klaar. Anne: 'Ik geef nog steeds lezingen over dit onderwerp.' Dyslexie is onverminderd actueel, net als het boek dat taal vertaalt in beeld, en andersom. Voor een dyslect is het zo makkelijker om duidelijk te maken wat hij ervaart, en dát is tegelijkertijd hun gouden tip aan anderen: zorg dat mensen jou én je werk begrijpen, door je verhaal op orde te hebben. Anne: 'Als anderen snappen wat je doet en waarom, dan weten ze het beter op waarde te schatten.'

WWW.ANNELIGTENBERG.NL
WWW.ATELIERMATS.NL

Mats Horbach & Anne Ligtenberg
een helder verhaal vertelt zichzelf

Merel Corduwener het geluk schuilt in de dagelijkse dingen

Toen Merel Corduwener zich aanmeldde voor DDD, wilde ze in de eerste plaats achterhalen waar ze als ontwerper energie van kreeg: wat wilde ze nu écht graag maken? Het resulteerde in een boekpublicatie. 'In datzelfde jaar reisde ik twee maanden door de VS. Dat maakte veel indruk en daar wilde ik iets mee doen. In plaats van een serie illustraties, koos ik ervoor een boek te maken.' Merel had vooraf geen vastomlijnd plan of uitgesproken verwachtingen. 'Het leek me vooral leuk om met meerdere ontwerpers samen te werken, van elkaar en van de workshops te leren. Als ik er nu op terugkijk is de belangrijkste les geweest hoe waardevol het is om jezelf goed te kunnen presenteren.' Hoewel Merel haar eigen werk al goed kon omschrijven, leerden de workshops haar om helder te formuleren. 'Tijdens de expositie gaven we rondleidingen waarbij we vertelden over ons eigen werk, dat was een goede oefening waar ik nog steeds profijt van heb. Zoals tijdens mijn laatste expositie in Amsterdam of de Pecha Kucha die ik laatst gaf. Dat soort dingen gaan een stuk makkelijker als je het vaker hebt gedaan en je goed voor ogen hebt wat je over jezelf wilt vertellen.'

'zonder Driving Dutch Design had ik niet in zo'n korte tijd twee boeken gemaakt'

Haar boek werd goed ontvangen en het maken ervan beviel zo goed, dat ze direct al besloot nog een boek te willen uitgeven. 'Dit keer wilde ik een boek over Nederland maken. Met 'I See You' als voorbeeld ging ik langs uitgeverijen, en mijn volgende boek komt nu in april 2019 uit bij Atlas Contact. Ik maakte illustraties over de Nederlandse identiteit, met feitjes en quotes van mensen die ik interviewde. Het boek is bedoeld voor jong en oud.' Een zelfde soort tekeningen – dagelijkse registraties – maakt ze ook voor opdrachtgevers, veelal dagbladen. 'Ik teken dagelijkse scènes. Het zijn situaties die ik zelf meemaak of dingen die me opvallen.' Haar tekeningen zijn vaak onderdeel van een groter verhaal. Ze maakt ze met ecoline en verf en digitaliseert ze daarna om ze verder te bewerken. 'Er zijn veel illustratoren die alles digitaal doen, maar ik vind het juist fijn om met mijn handen te werken.' Merel doet wat ze leuk vindt en waar ze energie van krijgt, en dat was precies haar doel. 'Daarnaast had ik zonder DDD nooit in zo'n korte tijd twee boeken gemaakt.' Normaal werkt ze vooral in opdracht, nu gunde ze zichzelf de tijd om iets geheel nieuws te maken. 'Dat is voor mij heel waardevol geweest, net als de ontwerpers vanuit heel Nederland die ik er heb leren kennen, met sommigen heb ik nog contact.' Hoewel Merel de zakelijke competenties zeker belangrijk vindt, staat lol in haar werk voor haar voorop. Haar tip aan andere jonge ontwerpers is dan ook: ontdek zo snel mogelijk wat jou – professioneel gezien – blij maakt.

MERELCORDUWENER.COM



ROLAND PIETER SMIT

Roland Pieter Smit versterkt het DDD-team tijdelijk als projectmanager, maar nam in 2016 zelf deel aan het programma. Roland: 'Toen ik erachter kwam dat wol een bijproduct was voor veel boeren, vroeg ik me af hoe ik daar systematisch iets mee zou kunnen doen.' Bij een bezoek aan Texel vond hij 'zijn' wol en een waardevolle samenwerking met mensen met een beperking, waar hij verschillende garens voor ontwikkelde. 'Autisten kunnen met heel dunne garens werken, terwijl mensen met downsyndroom liever met dikke werken. We maakten dekens en tapijten die de kwaliteit van de regio en de makers reflecteren.' Roland nam deel aan DDD om te leren hoe hij een eigen merk kon opzetten. Dat werden uiteindelijk drie lijnen: Wolwaeren, Tafelwaeren en Houtwaeren. Nu, drie jaar later, zijn de Tafelwaeren verkrijgbaar bij De Bijenkorf. 'Als ontwerper leer je professionaliseren door meer focus aan te brengen.' Dit jaar is het programma nog meer toegespitst op creatieven, door ze in hun 'creatief-zijn' te ondersteunen, in plaats van ze in een zakelijke rol te forceren, vertelt hij. Want in de zakelijke wereld zijn ontwerpers inmiddels geen zwarte schapen meer. WWW.RO-SMIT.COM