Inspiratiebronnen voor ontwerpen

Ontwikkelingen op het gebied van de vormgeving en op het gebied van de technologie lijken onvoldoende inspiratie op te leveren voor werkelijk nieuwe ontwerpproducten. Een pleidooi om maatschappelijke ontwikkelingen als inspiratiebron te gebruiken.

Hans de Hey

In het algemeen ontstaat een nieuw produkt niet door de inspanningen van een enkeling, maar staat er een onder-neming achter met een doelgerichte productontwikkeling. Die ontwikkeling kan ontstaan vanuit een marktvraag of door druk van de technologie. De hierna volgende beschouwing beperkt zich vooral tot de produktiedeëne die (kunnen) ontstaan vanuit de markt.

In het verleden konden ondernemingen uit de behoeftenhiërarchie van Maslow talloze behoeftevervullers afleiden. De consumenten wisten niet precies wat ze wilden hebben, maar de ontwikkelingsafdelingen waren in staat om vele nieuwe producten te verzinnen. In de afgelopen 40 jaar verschenen er steeds meer produkten voor meer en meer mensen. Vrijwel alle vormvarianten van uiteenlopende consumentenartikelen zoals vaste vloerbedekking, koffiezetteapparaten, haardrogers, televisies, geisers en auto's waren succesvol. De marktvraag naar innovaties lijkt nu echter zo'n beetje tot nul gedaald. De consumenten zijn na de videorecorder tevreden met de samenvoeging van het pakket artikelen en vragen of goedkopere, duurzame of kwalitatief verbeterde uitvoeringen, maar niet naar geheel andere producten. Bovendien raken de afzetmarkten verzaagd; inmiddels beschikt 95% van de Nederlandse huishoudens over een koelkast en een radio.

De consumenten naderen dus de hogere niveaus van Maslow's hiërarchie. Je zou kunnen zeggen dat ze aan nieuwe produkten meer geestelijke eisen stellen. Economie spreken over een innovatiecrisis.

Niet alleen hebben productontwikkeling...

De auteur is afgestudeerd aan de Afdeling Industrieel Ontwerpen en werkzaam bij de Nederlandse Bank.

**Analyse**

Een innovatie is een werkelijk nieuw produkt, dat succesvol op de markt gebracht is. Een produkt is werkelijk nieuw wanneer het een geheel nieuwe taak verricht, of wanneer het een aantal bekende taken combineert. Maar ook wanneer het produkt duidelijk uit andere materiaalcomponenten wordt geconstrueerd is er sprake van een innovatie, hoewel de functie van het produkt dan gelijk is gebleven. Er zijn innovaties van verschillend niveau. Er is sprake van een kleine innovatie wanneer het houten heft van een aardappelschilmesje vervangen wordt door een heft van kunststof. Wanneer een telefoonstoel de draaischijf vervangen wordt door een druktoetsenpaneel, kan dit een innovatie van enig gewicht worden genoemd. De vormgeving van het toestel veranderde overigens door de vervanging van de draaischijf niet. Ook bleef de functie van het telefoontoestel gelijk, net als bij het aardappelschilmesje. Wanneer elke kleur van het telefoonstoel gewijzigd wordt, kan dit nauwelijks een innovatie genoemd worden. In de architectuur hebben staal en gewapend beton geleid tot zelfdragende constructies. Hierdoor kregen de architecten een veel grotere ontwerpervrijheid. Er konden nu talrijke vormvarianten van woning- en geveelindelingen ontstaan. De bouwtechnische beperkingen van houten balken en draagende muren waren geëlimineerd. Het gewapend beton en de zelfdragende constructies waren innovaties van de hoogste orde. Ook de zitzaak is een voorbeeld van een eenvoudige innovatie. In 1969 ontwierp Gatti samen met anderen een vormloze zak, gevuld met polystyreenkorrels. Door op de zak te gaan zitten ontstond een specifieke vorm. Hier was sprake van een werkelijk nieuwe stoel! De polystyreenkorrels vervulden nu een geheel andere taak dan bijvoorbeeld die van isolatiema teriaal. De polystyreenkorrels heeft Gatti niet ontwikkeld. Deze vinding was het resultaat van jarenlange speur- en ontwikkelingswerk in de kunststoffindustrie.

In het kort zou men kunnen stellen dat wetenschappers als chemici en elektrotechnici doelgericht nieuwe materialen en constructiecomponenten ontwikkelen. De industriële ontwerpers zoeken naar concepten voor deze constructieelementen door allerlei toepassingen te bedenken. De industriële vormgevers geven de gevonden concepten definitief vorm. Uiteraard beïnvloeden de vakgebieden elkaar onderling. De vormgevers werken de laatste jaren, zoals is opgemerkt, maar weinig aan nieuwe concepten. En de vormgeving vernieuwen van een oud concept, vaak alleen omwille van die vormgeving, is in feite een capitulatie van de ontwerpers en vormgevers. Modieuze tenden sen bepalen dan de vormgeving van een produkt. Het resultaat zal kwaliteitsverlies en verspilling van grondstoffen en energie zijn. Vormgever Wim Crouwel zegt hierover in een interview met Bibeb in de Vrij Nederland van 10 september 1977: 'Voordat Braun door Gillette was opgekocht maakten ze één model aansteker, zwart en prachtig functioneel. De vorm werd alleen veranderd als er een technische verbetering kon worden aangebracht. Nu maken ze hetzelfde model in drie uitvoeringen: duur, niet zo duur en een opgepept model. Doodziek wordt je van al die verspilling. Ik vind...
dat ontwerpers tegen die nutteloze differentiatie zouden moeten opkomen.'

**Typologie**

In de jaren 1960 en ’70 was het functionialisme erg populair bij vormgevers. Het functionalisme is een nuchtere, nogal mathematische vormgeving. Een van de belangrijkste grondleggers van het functionalisme was het Bauhaus, opgericht in 1919. Later waren de produkten van Braun voor menig vormgever voorbeelden van functionele vormgeving. In de jaren ’70 zette een aantal Italiaanse vormgevers zich af tegen dit soort functionele vormgeving. Na Super Studio en Archigram verzetten Alessandro Mendini (Studio Alchimia) en Ettore Sottsass JR (Memphis) zich met hun ‘radical design’ tegen de gevestigde designnormen van het functionalisme. Zij draaiden ondermeer Sullivan’s stelling om in ‘function follows form’ en benadrukte de decoratieve functie, de symboolwaarde van een produkt. Deze vormgeving van de Italianen, nu wel het ‘post-modernisme’ genoemd, maakt bijzonder veel gebruik van reeds bekende vormelementen uit alle bekende stijlen. Men heeft geen enkel probleem om klassieke vormelementen te combineren met bijvoorbeeld Pop-Art of Art Nouveau elementen. Doelstelling van Sottsass en Mendini is om de ontwerpers vrij te maken van dogma’s, zodat er weer een nieuwe vormgeving kan ontstaan. Deze nieuwe vormgeving zou beter aanstaan bij het publiek. Het functionalisme zou, evenals alle andere stijlen, de massa nimmer bereikt hebben en heeft volgens hen dan ook gefaald.

De laatste jaren zoeken ook de bouwkundigen opnieuw naar de karakteristieke vormelementen in de architectuur. Deze studie noemt men de leer der types of typologie. Vooral de klassieke architectuur krijgt hierbij veel aandacht. Een architect die nu met klassieke types werkt is Bofill. Het zou echter wel eens zo kunnen zijn dat de verzameling types eindig is. Op een gegeven moment zijn er dan geen werkelijk nieuwe elementaire vormen meer toe te voegen aan de bekende verzameling en kunnen hoogstens nog originele combinaties gemaakt worden, zoals de Italianen en Bofill dat nu doen.

Wat betreft het industriële vormgeven zal terugblikken op de Jugendstil, het constructivisme, het Bauhaus, de Stijl of de Stylizing niet tot werkelijk nieuwe oplossingen leiden. Bovendien zijn zijn uitge- eindelijk alle vormen terug te leiden naar een lijn, driehoek, vierkant of cirkel. Overigens nemen industriële vormgevers vaak net als beeldend kunstenaars een prikkeld en optimis- tisch standpunt in over hun produkten. Ook de High-Tech golf in de architectuur getuigt van een positivistische kijk op techniek. Vormgever Elio Fiorucci gebruikt zelfs het toverwoord ‘fun’ als uitgangspunt voor zijn ontwerpen, en noemt zijn winkelketen een ‘funchain’.

De Nederlandse architect Piet Blom houdt ook van humor; in zijn paalwo- ningen loopt je schuin door de kamer! (Een paalwoning is een woning in de vorm van een cubus. De cubus is op een van de diagonalen gefundeerd.) Het publiek waardeer de kleding van Fiorucci en de paalwoningen van Blom. Maar een duidelijk effect heeft de nieuwe Italiaanse vormgeving nog niet op het echte industriële ontwerpen. Wim Crouwel zegt op 14 februari 1984 op een lezing van de Afdeling Industriële Ontwerpen van het KEI in Amersfoort dat de nieuwe Italiaanse vormgeving-trend niet onderschat moet worden. Hij verwacht dat vooral ook de ideeën van de Italianen weleens een grote en positieve invloed kunnen hebben.

Architectuur en industriële vormgeving zullen stof blijven leveren tot discussies. Ook voor industriële ontwerpers: Maar mijn eerste stelling is dat de industriële vormgeving geen werkelijke innovaties zal kunnen starten. Overigens kunnen vormgevers wel degelijk de start geven tot een succes- vol nieuw produkt. Echte innovaties kunnen alleen ontstaan vanuit een nieuw concept. Waarom ontstaan er zo weinig nieuwe concepten? Staren ondernemers en ontwerpers zich blind op technische vernieuwingen, die er nu maar mondjesmaat zijn? Zouden zij hun blikveld moeten verruimen, door bijvoorbeeld meer aan marktsegmentatie te doen?

**Maatschappelijke veranderingen**

Vandaag de dag verdwijnen de arbeiders steeds meer uit het produktieproces. De Nederlandse samenleving bezint zich nu op het begrip arbeid. Sommigen menen dat werk een eerste levenswaarde is, anderen vinden het prettig een klein inkomen te hebben, waar zij niet voor hoeven te werken. Voor- en tegenstanders van sociale uitkeringen zijn het er na economie Keynes wel over eens dat het essentieel is dat ook de mensen die niet werken wel produkten kunnen kopen, want vraag- uitval verstoort de economische kringloop. De groep niet-actieve in het arbeidsproces is dermate groot gewor- den, dat zij een omvangrijk afzetgebied vormt.

Wat gaan werklozen met een klein in-

Ingenieurs industrieel ontwerpen

Mijn tweede stelling is dat een nieuw produkt meer kans op succes heeft wanneer de toekomstige gebruikers op de een of andere manier bij het tot standkomen van het nieuwe produkt betrokken worden. De consument kan tijdens het ontwerpproces gehoord worden in de vorm van een marktonderzoek of van een inspraakprocedure. Een andere oplossing is dat de consument achteraf, aan het eindprodukt een laatste hand legt, zoals dat onder andere mogelijk is bij modulaire vormgeving. Sony introduceerde in 1982 de KV-2224 Stereo Kleuren TV. Bij dit toestel kon men de luidsprekers aan de onderkant of aan de zijkanten van het toestel plaatsen. Philips introduceerde in 1983 op de Duitse consumentenmarkt 'de Box', een assortiment keukenhulpparaplu gebaseerd op een componentensysteem; een universel motorblok kan op verschillende hulpstukken aangesloten worden.

William Morris en Provo
De sterke 'technology push' van de electrónica heeft vooral invloed op super-produkten. De ontwerpers van micro- en macroprodukten ontbreekt het aan een technisch duwtje in de rug. Zij zouden zich weer kunnen laten inspireren door maatschappelijke invloeden. Ook de ontwerpers van supra-produkten kunnen uiteraard uit deze inspiratiebronnen. De laatste jaren zijn er voldoende sterke maatschappelijke ontwikkelingen geweest om hierin een inspiratiebron te vinden. In het verleden waren er ook ontwerpers die vanuit een bepaalde ideologie produkten bedachten. William Morris (1850-1910) bijvoorbeeld ontwikkelde produkten vanuit een politiek standpunt. Hij stelde dat het handwerk verre te verkiezen was boven industriële massaproduktie en voerde hierbij zowel esthetische als maatschappelijke argumenten aan. Morris hield zowel met de consument als met de arbeider rekening. Hij vond bijvoorbeeld geestdodinge en eentonige arbeidsmanier- gen niet menswaardig. De ontwerpen van Morris waren integer en succesvol en niet alleen bij de doelgroep die Morris voor ogen had. Ook mensen met een gehele andere politieke overtuiging kochten zijn ontwerpen! Een ander voorbeeld is Provo, een van de eerste na-oorlogse maatschappelijke stromingen met eigen produktiedeeën. In 1966 introduceerde Provo het Witte Fietsenplan en daarna de Witkar, een elektrisch karretje met als doelstelling de binnenstad van Amsterdam autovrij te maken (en daarna Witkarvrij!). Ook de overheid hecht steeds meer belang aan de maatschappelijke implicaties van een ontwerp. Vanaf 1842 stelt de ingenieur het produktieproces centraal; na 1969 richt de ingenieur industrieel ontwerpen zijn aandacht op de individuele consument. En de toekomstige sociaal ingenieur zal zijn betoog toespitsen op de samenleving. Deze ontwikkeling sluit aan bij de opkomst van het aspectonderzoek. Aspectonderzoek is in feite een allereerste (verwachte) maatschappelijke terugkoppeling op een nieuw technisch voorstel. Tot slot mijn derde stelling: wanneer de industrieel ontwerpers en vormgevers een aantal (persoonlijke) maatschappelijke uitgangspunten kiest voor de start van de produktenontwikkeling, dan kan er een vruchtbaar synthese ontstaan tussen technologie en maatschappij. Het resultaat kunnen talloze nieuwe, in vormgeving verschillende produkten zijn. De meeste van deze produkten zullen alleen succes hebben op bepaalde, soms kleine segmenten van de markt.