

# Overheid als aanjager van succes Dutch Design

**Peter van Kester** Nederlands design is succesvol in het buitenland. Welke rol speelde het landelijke overheidsbeleid hierin? En welke instrumenten heeft men in handen om dit succes te bestendigen? Dingeman Kuilman, directeur van sectorinstituut Premisela, en Christine de Baan, programmadirecteur van Dutch Design Fashion Architecture, geven hun visie.

Het overheidsbeleid heeft een essentiële rol gespeeld in het internationale succes van Nederlands design<sup>1</sup>, vinden zowel Dingeman Kuilman als Christine de Baan. De stipendia van het Fonds voor Beeldende Kunsten, Vormgeving en Bouwkunst, het beleid van de Mondriaan Stichting, diverse designopleidingen en het opdrachtgeverschap van de overheid veroorzaakten een ongekende opbloei van talent. Al jaren is Dutch Design toonaangevend in de internationale media en op beurzen in Milaan, New York, Miami, Shanghai en Bazel. De overheid moet stimuleren dat het veld deze internationale potentie optimaal benut, benadrukken de twee. 'De designwereld verandert adembenemend snel', zegt Kuilman. 'Als Nederland geen actieve designpromotie voert, is dat succes weer snel voorbij.'

Toen hij in 2003 aantrad als directeur van Premisela, zocht hij contact met het ministerie van Economische Zaken, in de hoop het budget

te kunnen verruimen. Premisela ontvangt subsidie van het ministerie van OCW, in tegenstelling tot het buitenland, waar vergelijkbare instellingen worden betaald vanuit economische geldstromen. Hij initieerde een onderzoek naar het economische belang van design en de resultaten haalden het NOS Journaal: de bijdrage van design aan de Nederlandse economie bleek verrassend groot. Het werd een van de uitgangspunten voor een unieke samenwerking tussen EZ en OCW, resulterend in de beleidsbrief *Ons creatieve vermogen* uit 2005 van de staatssecretarissen Medy van der Laan en Karien van Gennip. Een patstelling, die jarenlang het debat tussen de ministeries gijzelde, werd doorbroken en design werd een vooruitgeschoven post. Met geld van EZ organiseerde Premisela vanaf 2006 *Created in Holland*, een presentatie op de beurs 100% Design Tokyo van ontwerpbureaus en producenten, begeleid door een mediacampagne, matchmaking en lezingen. In april 2007 voegden

OCW en Buitenlandse Zaken zich bij het overleg dat Premiers en EZ voerden over een internationaal design-promotiebeleid. Kort daarop sloten de brancheorganisaties BNO, BNI en BNA, het architectuurinstituut NAI, Brainport Eindhoven en Modint (verenigde mode-, interieur-, tapijt- en textielondernemers) zich aan. Een Regiegroep stelde voorjaar 2008 een werkplan vast, op grond waarvan de programmadirecteur een vierjarenplan maakte. Eind 2008 presenteerde Dutch Design Fashion Architecture (DutchDFA) zich. De betrokken ministeries investeren tussen 2009 en 2012 jaarlijks ieder 1 miljoen euro, de sectorinstituten en beroepsorganisaties jaarlijks 115.000 euro. DutchDFA valt onder het Stimuleringsfonds voor Architectuur, dat ook de financiële administratie verzorgt.

#### **Focuslanden**

Programmادirecteur Christine de Baan omschrijft DutchDFA als volgt: 'Wij zijn geen stichting of projectorganisatie, maar een programma. In vier jaar moeten wij ons doel bereiken: de internationale positie van Nederlands design, mode en architectuur duurzaam versterken. Onze interdisciplinaire aanpak bundelt de krachten binnen deze sectoren en de betrokken

beleidsvelden. Er zijn geen modellen, we moeten onszelf uitvinden. We hanteren bestaande vormen als tentoonstellingen en handelsmissies, maar experimenteren ook met nieuwe instrumenten, om duurzame netwerken te genereren.' Bijzonder is het publiek-private karakter van DutchDFA: 'De deelnemers denken verschillend. Brancheverenigingen zijn marktgericht, sectorinstituten cultureel. Zij moeten leren elkaars agenda's te ondersteunen.'

## In een globaliserende wereld zijn internationale samenwerking en kennisuitwisseling cruciaal

Daartoe koos DutchDFA een cultureel-maatschappelijke invalshoek. In een globaliserende, door financiële en klimatologische crises geteisterde wereld zijn internationale samenwerking en kennisuitwisseling cruciaal. Ontwerpers kunnen hierin een centrale rol spelen. De vraag welke Nederlandse ontwerpvaardigheden aansluiten op de lokale vraag in de focuslanden China, Duitsland en India, is het uitgangspunt. Het programma benadrukt duurzaamheid, netwerkvorming en ideeënoverdracht en het verstevigt de ondernemerspositie van Nederlandse ontwerpers.

De Baan zet een stroom aan activiteiten in de schijnwerpers: 'Voor China richten wij ons in 2009 onder meer op Shanghai, in aansluiting op de ervaringen tijdens de Hong Kong Business of Design Week in 2008. De meeste DutchDFA-partners namen daaraan deel in het kader van het 2g@there-programma van Economische Zaken. Wij nemen dit programma over en

bouwen het uit. In oktober vindt de jaarlijkse Shanghai Creative Industry Week plaats, een beurs georganiseerd door de stad Shanghai die 'made in China' wil veranderen in 'created in China'. Nederland heeft er een paviljoen van 800 m<sup>2</sup> met als thema publieke ruimte. We presenteren architectuur, stedenbouw, grafisch design (bewegwijzering) en industrieel design (straatmeubilair) in een interdisciplinaire samenhang. Tijdens de 'Nederlandse dag' is er een modeshow en een conferentie. DutchDFA verzorgt de coördinatie en werving, de deelnemende organisaties doen de selectie. Tegelijk vindt de 100% Design Shanghai plaats, een onafhankelijke interieurbeurs, en hier geldt dezelfde taakverdeling. De manifestaties moeten tot synergie leiden en onze lezingen, mediacampagne, netwerkluiches en Chinees-Nederlandse onderwijsprojecten zijn daarin een stimulans. Het is het startsein van ons zogeheten incubatorprogramma voor Nederlandse ontwerp bureaus in de 75 creatieve clusters, broedplaatsen, in Shanghai.'

Tijdens de Icograda-conferentie in Beijing, in oktober, vindt het eerste debat plaats voor de expositie '8 posities', een dialoog tussen vier Nederlandse en vier Chinese architecten, product-, grafische en modeontwerpers. Dit krijgt een vervolg tijdens de Architectuur Biennale in Shenzhen (2009) en resulteert in een tentoonstelling in Shanghai en Beijing (2010). De nadruk ligt op de concepten en processen in het werk van de deelnemende ontwerpers. DutchDFA zet ook bezoekersprogramma's op die opdrachtgevers en partners uit de focuslanden naar Nederland halen.

Ook Duitsland en India zijn focuslanden van DutchDFA. Duitsland is zelfs Nederlands belangrijkste exportland en kent vergelijkbare problemen als vergrijzing, migratie en duurzaamheid. De Duitse belangstelling voor Nederlands design is groot, maar versnipperd. Duitse regio's bieden kansen voor Nederlandse

ontwerpers, zoals Berlijn, Hamburg (de Internationale Bauausstellung 2006/2013) en het Ruhrgebied met zijn beurzen en creatieve industrie, dat in 2010 Europese Culturele Hoofdstad is. Het Duitslandprogramma voor 2009 vormt de opmaat tot een intensieve Duits-Nederlandse samenwerking tijdens Ruhr Culturele Hoofdstad.

India is een van de snelst ontwikkelende economieën ter wereld, vooral wat betreft de dienstensector. Het worstelt net als China met duurzaamheid, slumvorming en sociale cohesie. En met de vraag hoe lokale concepten, tradities, technieken en materialen de Indiase mode, design en architectuur kunnen verrijken. Het zijn thema's waar Nederlandse ontwerpers succesvol op inspelen, terwijl DutchDFA zich hier richt op onderzoek en netwerkvorming.

Gooit de financiële crisis roet in het eten? De Baan: 'Toen ik de directeur van de Shanghai Creative Industry Week naar de gevolgen van de crisis vroeg, antwoordde hij dat hij nog meer nadruk legt op kennis en research. In plaats van zeventig zou hij het liefst tweehonderd broedplaatsen opzetten. Dat geldt ook voor onze plannen: de crisis maakt het realiseren ervan alleen maar urgenter!'

### **Mondialisering**

In hoeverre verschilt DutchDFA van instellingen als het SICA, de Mondriaan Stichting en Prensela? 'We vormen een tijdelijke toevoeging aan de infrastructuur die Nederlandse architectuur, mode en design ondersteunt', zegt De Baan. 'Wij onderscheiden ons door de multidisciplinaire aanpak en de meerjarige focus van de landenprogramma's. Prensela is een van de belangrijkste partners van DutchDFA en geeft het initiatief mede vorm.'

Ook in het beleidsplan 2009-2012 van Prensela is mondialisering een belangrijk thema. Prensela probeert dit te realiseren met het programma 'Designworld', dat de openheid van

**Peter van Kester**

is designhistoricus, freelance  
journalist en curator

het Nederlandse designklimaat moet vergroten. Behalve internationale presentaties van design en mode, symposia en discussies, speelt de onafhankelijke designportal Design.nl een grote rol. 'Via internet kunnen we het contact met het buitenland soms efficiënter opbouwen dan wanneer we met z'n allen op reis gaan', stelt directeur Dingeman Kuilman. 'Maar dan moeten we onze websites ook in het Spaans, Chinees en Russisch toegankelijk maken.'

Hij ziet het DutchDFA-initiatief als bijzonder belangrijk, maar plaatst ook kanttekeningen. 'DutchDFA is een leerproces. Het is een unieke bundeling van krachten waarmee we een eigen stem laten horen. Maar het zou nog meer gedreven mogen worden door visies en ideeën, hoe lastig het ook is die samen te ontwikkelen.' Hij licht toe: 'Het imago van Nederland als vooruitstrevend designland is sterk in een groot deel van de wereld. Maar we moeten ons niet te comfortabel voelen, want er is nog veel provincialisme en de ontwikkeling van andere landen staat evenmin stil. Toen ik begin jaren negentig bij Philips werkte, nodigde Samsung ons uit deel te nemen aan workshops. We deden daar principieel niet aan mee, want waarom zouden we onze kennis weggeven aan

## Het labeltje Dutch Design komt uit het buiten- land

concurrenten? Maar tien jaar later waren zij Philips in veel opzichten voorbijgestreefd. Om die reden moeten we nog duidelijker onze kwaliteit benoemen. Het labeltje "Dutch Design" komt uit het buitenland. Het is een cadeautje, gecreëerd door de media en gekoppeld aan een bepaalde generatie ontwerpers. Deels is het een mythe, want andere landen zijn conceptueel ook sterk. DutchDFA moet ons imago actualiseren, vanuit een kritische, inhoudelijke analyse. Ik zou conceptualiteit graag koppelen aan technologie. De *Knotted Chair* van Marcel Wanders is daar een prachtig voorbeeld van, en zo zijn er nog meer. Ons beleid moet open blijven, niet te nationalistisch worden. Hella Jongerius werkt momenteel in Berlijn, Tord Boontje in Frankrijk en de Indiase Satyendra Pakhalé in Nederland. 'Dutch Design' mag niet een zaak van landsgrenzen en witte Nederlandse cultuur worden.'

En in hoeverre speelt de crisis naar zijn idee een rol? Kuilman: 'We moeten ons nu niet richten op directe verkoop, maar anticyclisch investeren: meer marketing plegen. Dan sta je sterker als het straks weer aantrekt.'

[www.premsele.org](http://www.premsele.org)  
[www.dutchdfa.nl](http://www.dutchdfa.nl)

**Noot**

- 1 De opbloei betreft zowel de Nederlandse architectuur als mode en design. Dit artikel concentreert zich op design.