

dri ving du t ch de sign

- 03 VOORWOORD
- 04 ABN AMRO &
MIRIAM VAN DER LUBBE
- 08 PROGRAMMA DDD'15

THE CLASS OF 2015

- 10 ALEI VERSPOOR
- 12 ECHTER ONTWERP
- 14 HATS & TALES
- 16 NUDNIK
- 18 MARK VANKAN
- 20 MIANNE DE VRIES
- 22 PIM SCHACHTSCHABEL
- 24 RENATE NEDERPEL
- 26 RICK TEGELAAR
- 28 STUDIO KARS + BOOM
- 30 STUDIO TOIMII
- 32 THIER&VANDAALLEN
- 34 THOMAS OVERWEG
- 36 TIM VAN DE WEERD

- 38 COLOFON
- 39 OPROEP DDD'16

INITIATED BY
ABN AMRO, DDW, BNO

THE
ENTRE
PRE
NEURIAL
FOCUS



Benieuwd naar de volgende Dude?
Ga naar bno.nl/dude

Dude, Dutch Designers Magazine is een uitgave van de Beroepsorganisatie Nederlandse Ontwerpers.
Gratis voor leden. Maar ook los te koop of als abonnement via bno.nl/dude.

voorwoord

Voor de derde keer heeft een aantal geselecteerde designers meegedaan aan het bijzondere talentontwikkelingsprogramma Driving Dutch Design. Ze volgden een serie masterclasses, sparden met een personal coach, namen deel aan sessies co-creatie en werkten samen uit hoe ze zich tijdens Dutch Design Week te Eindhoven presenteren aan de buitenwereld.

Empowerment in optima forma, gebaseerd op vragen als: *Wat is mijn profiel en hoe positioneer ik mezelf? Hoe ga ik te werk in een zakelijke omgeving? Hoe kom ik erachter wat mijn opdrachtgever werkelijk nodig heeft? Hoe pak ik een samenwerking het beste aan?* Allemaal cruciale kwesties, waarop je een eigen antwoord moet zien te formuleren. Zeker als je kijkt naar hoe de wereld en het ontwerpvak zich ontwikkelen: er wordt steeds meer omgevingsbewustzijn verwacht, je moet flexibel en veerkrachtig zijn, en zonder teamwork kom je nergens.

Driving Dutch Design is een initiatief van ABN AMRO, de Beroepsorganisatie Nederlandse Ontwerpers (BNO) en Dutch Design Week, drie verschillende partijen die even vurig geloven in de potentie van jonge ontwerpers. En die uit ervaring weten hoe belangrijk enige zakelijke toerusting is om talent te laten bloeien.

Op eigen initiatief en ter afsluiting van het traject is er ook de gezamenlijke expositie van de Drivers: Momentum.

BNO
Madeleine
van Lennep

ABN AMRO
Ilona Roolvink

DDW
Martijn Paulen

miriam van der lubbe & abn amro

ABN AMRO is zich bewust van het belang van Dutch design voor de Nederlandse economie en heeft zich daarom verbonden aan Dutch Design Week. Ons partnerschap begon in 2009 en is in 2011 uitgegroeid tot een hoofdsponsorschap. ABN AMRO verbindt zich aan Dutch Design en Dutch Design Week om haar contacten en branchekennis ten goede te laten komen aan zowel gevestigde ondernemers als nieuwe talenten.

‘Juist de uitwisseling van kennis en informatie is erg belangrijk en draagt bij tot het smeden van duurzame banden tussen het publiek, de bedrijven en de ontwerpers.’

aldus sponsoring manager van ABN AMRO, Ilona Roolvink.

Als Partner van de Toekomst wil ABN AMRO investeren in de toekomst, maatschappelijk betrokken zijn. De bank ondersteunt mensen die iets willen bereiken, door een duwtje in de rug te geven bij het ontdekken van talent of bij het waarmaken van ambities, door mensen te stimuleren alles eruit te halen wat erin zit. Dit doen we op het gebied van kunst en cultuur, educatie, ondernemerschap en sport.

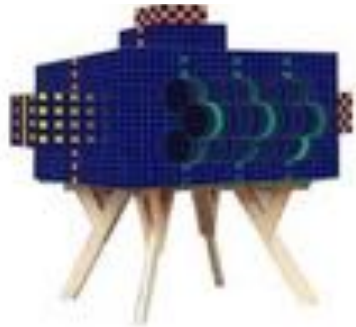
Daarom is mede op initiatief van ABN AMRO de jaarlijks terugkerende masterclass Driving Dutch Design opgezet. Om ondernemerschap te stimuleren en een bijdrage te leveren aan de creatieve industrie in Nederland.

Behalve kennis overdragen wil ABN AMRO jonge designers ook letterlijk een podium bieden om zich te presenteren. In samenwerking met Van Eijk & Van der Lubbe zijn ABN AMRO Hotspots ontwikkeld, waarin designers hun werk presenteren. Tijdens Dutch Design Week staan zes Hotspots op het Ketelhuisplein, daarnaast biedt de centrale hal van het ABN AMRO House aan de Vestdijk een permanent wisselend podium voor jong talent. Dit kantoor is twee jaar geleden verbouwd en mede ingericht door 35 jonge designers, onder curatorschap van Miriam van der Lubbe. De bijna 1 meter hoge vleugelmoer die geplaatst is op de Hotspots staat symbool voor het in beweging brengen en het met elkaar verbinden van zaken, gelijk aan het doel van de Hotspots: jonge, talentvolle designers in verbinding brengen met andere partijen.

Miriam van der Lubbe (Van Eijk & Van der Lubbe) vervult een spilfunctie binnen de Nederlandse



MIRIAM VAN DER LUBBE. FOTO – LISA KLAPPE



ALEI VERSPOOR, DEELNEEMSTER DRIVING DUTCH DESIGN 2015, LAAT PACK HORSE ZIEN IN EEN HOTSPOT.



HOTSPOT



HET ABN AMRO-KANTOOR DAT VAN EIJK & VAN DER LUBBE HERINRICHTTE OP DE VESTDIJK IN EINDHOVEN

6

vormgeving, het bedrijfsleven en Dutch Design Week. Ze stond met Eduard Sweep aan de wieg van DDW en is als ontwerper, docent en curator een rolmodel voor jonge designers. Haar samenwerking met ABN AMRO, die begon in 2011, onderstreept dit.

Tijdens de tiende editie van Dutch Design Week (2011) werd Van der Lubbe (samen met ontwerper Bruno Ninaber van Eyben) gevraagd curator te worden van het evenement. ABN AMRO was net ingestapt als hoofdsponsor. Tijdens de opening raakten beide partijen met elkaar in gesprek, wat leidde tot een vruchtbare samenwerking waarin uiteenlopende projecten zijn ontwikkeld.

JONG TALENT

Van der Lubbe werd gevraagd mee te denken over de herinrichting van een nieuw ABN AMRO-kantoor op de Vestdijk in Eindhoven. Ze kreeg meteen het idee iets te doen met de jonge talenten die eerder al een bijdrage hadden geleverd aan haar expositie Spring, waarin gevestigde namen met wortels in Eindhoven, hun inspirators en door hen getipt talent samenkomen in drieluiken.

Van 35 Nederlandse ontwerpers werd werk gebruikt in de heringerichte kantoorruimte.

Vervolgens ontstond het idee om ook in het publieke gedeelte van de bank een podium te creëren voor jong talent: de 'Bankshop'.

HOTSPOTS

In 2013 leidt het idee van de Bankshop tot een spin-off. ABN AMRO en Van der Lubbe lanceren tijdens DDW op verschillende plekken podia voor jong talent: de Hotspots. Voor iedere DDW-editie cureert Van der Lubbe een diversiteit aan nieuwe talenten, waaronder designers uit de masterclass van Driving Dutch Design.

DRIVING DUTCH DESIGN

ABN AMRO begint in 2012, in samenwerking met de Beroepsorganisatie Nederlandse Ontwerpers en DDW, aan het project Driving Dutch Design. 'Een schoolvoorbeeld van goed opdrachtgeverschap,' aldus Van der Lubbe. 'ABN AMRO laat hiermee zien dat ze haar partnerschap met Dutch design op een duurzame manier wil uitbouwen.'



driving dutch design

PROGRAMMA
2015

8

17-12-2014
BNO, Amsterdam
**KICK-OFF DRIVING DUTCH
DESIGN 2015**

Kennismaking met nieuwe lichting DDD, one minute pitches, korte uitleg jaarprogramma en coachings-traject. Dirk Osinga en Sanne Pelgröm (deelnemers DDD 2014) presenteren ervaringen met het traject.

19-01-2015
ABN AMRO, Amsterdam
MATCHMAKING DDD
Nieuwe lichting en ABN AMRO-coaches, speeddates coaches en coachees. Hosted by ABN AMRO Foundation, Inge Postma.

19-02-2015
Design Innovation Space en Klokgebouw, Strijp-S, Eindhoven
**MASTERCLASS 01
DESIGN YOUR IDENTITY**
Kennismaking met Eindhoven, DDW en Strijp door middel van een rondleiding bij creative business hub Founded By All,

en met Dutch designers werkzaam in deze regio, zoals Raw Color en Studio Kolk & Kusters. Maarten Lockefeer, mede-eigenaar Keukenconfes-sies, vertelt over het pionieren op Strijp-S vanaf 2004 en de transformatie die het gebied heeft doorgemaakt door de komst van deze bedrijven. Astrid de Craen van decommunicatiecraen verzorgt de masterclass Design your Identity.

31-03-2015
Design Thinkers Academy, Amsterdam
**MASTERCLASS 02
DESIGN THINKING –
THINK LIKE A STARTUP**
Arne van Oosterom (medeoprichter Design Thinkers Academy) geeft een introductie in de open innovatiemethode 'Think like a Startup Canvas Game' van Design Thinkers Academy, waarna de deelnemers de hele middag aan de slag gaan met het opzetten en testen van nieuwe businessmodellen.

29-04-2015
Industriepark Kleefse Waard (IPKW), Arnhem
**MASTERCLASS 03
INTELLECTUEEL EIGENDOM
EN CONTRACTEN**
Kevin Rijke (directeur IPKW) heet de groep welkom en vertelt over hoe energiebedrijven, Clean Tech Startups en designers/makers bij elkaar op één werkterrein samenwerken en hoe crossovers tussen deze ontstaan. Met praktijkvoor-beelden werkzaam op IPKW: StexFibers, Weltevrete en Klaas Kuiken.
Michiel Odink (advocaat Osborne Clarke) verzorgt een masterclass over intellectueel eigendomsrecht. Aan de hand van verschillende cases en beeldmateriaal maakt hij inzichtelijk wat het belang is van bescherming van ontwerpen. Anouk Siegelaar (jurist BNO) geeft handvaten en tips voor het onderhandelen tussen ontwerpers en opdrachtgevers, en benadrukt het belang van het maken – en vastleggen – van goede afspraken.

Het programma Driving Dutch Design (DDD) helpt startende talentvolle designers op weg in de wereld van het ondernemerschap. Onder persoonlijke begeleiding van een ABN AMRO-coach committeren talenten zich tien maanden lang aan een serie masterclasses op het gebied van onder meer financiering, bedrijfsvoering, presentatie, profilering en internationalisering. Tijdens het event 'Drivers' tijdens Dutch Design Week pitchten de deelnemers de resultaten aan potentiële opdrachtgevers.

27 & 28-05-2015
Buitenwerkplaats.nl, Starnmeer
**MASTERCLASS 04
DDD OFFSIDE**
In samenwerking met Cultuur en Ondernemen geeft Erik Stevens op dag 1 een inleiding over marketinginstrumenten voor de professionele dienstverlener. Ben Hekkema (agoog en trainer in cultuureducatie) gaat in op de vaardigheden rond acquisitie, projectmatig werken, samenwerken, onderhandelen en gesprekstechniek. – De tweede dag vervolgt het programma met een brainstorm over hoe zich te presenteren op Dutch Design Week. Daarna volgen presentaties van Mark Studholme en Suzan Claesen (ondernemers en oprichters CrowdyHouse) en Koert van Mensvoort (ambassadeur DDW 2015, Next Nature Network).

10-06-2015
ABN AMRO House, Eindhoven
**MASTERCLASS 05
FINANCE AND
ADMINISTRATION**
Erik Nibbering (Senior Manager EY) geeft inzichten in het opbouwen van bedrijfs-juridische administratie. Manolo Márquez (hoofd ABN AMRO Fashion Desk) geeft tips over gezonde financiën, financiering door derden en e-commerce.
01-09-2015
Vechtclub XL, Utrecht
**MASTERCLASS 06
PITCHEN**
Pitchtraining in samenwerking met de Kamer van Koophandel. De ABN AMRO-coaches nemen deel aan het programma. Cees Hogendoorn (adviseur ondernemingsondersteuning KvK) verzorgt deze middag in samenwerking met innovatie-expert Jeroen Thoolen.

Daarnaast presenteert de groep zich in de expositie Momentum in het Klokgebouw tijdens DDW. Met Driving Dutch Design ondersteunen initiatiefnemers ABN AMRO, Beroepsorganisatie Nederlandse Ontwerpers en Dutch Design Week jong ontwerptalent in hun ontwikkeling op zakelijk gebied en public relations. De drie geven daarmee uitdrukking aan het belang dat zij toekennen aan Dutch design voor de economie, de samenleving en talentontwikkeling.

Driving Dutch Design-masterclasses worden mede mogelijk gemaakt door partners Buitenwerkplaats.nl, Cultuur en Ondernemen, Design Thinkers Academy, EY, Kamer van Koophandel en Osborne Clarke.

17 t/m 25-10-2015
11.00-18.00 uur
Klokgebouw, Strijp-S Eindhoven
**DUTCH DESIGN WEEK 2015
MOMENTUM**
Momentum is de sociale dynamiek rond een beslissend oogenblik. Een groepsexpositie van de Drivers waarbij het ondernemerschap centraal staat.
20-10-2015
10.00-13.00 uur
Klokgebouw, Strijp-S, Eindhoven
**DUTCH DESIGN WEEK 2015
DRIVERS 2015**
Pitchpresentaties van Drivers aan potentiële opdrachtgevers.

9



alei verspoor

'In mijn werk onderzoek ik hoe de levensduur van producten verlengd kan worden door een flexibelere constructie-methode. Een tas bijvoorbeeld, zit meestal op dezelfde manier in elkaar, maar ik probeer dit dan *from scratch* opnieuw te construeren. Meestal gebruik ik een modulair systeem om te bereiken dat een product flexibel blijft en met de gebruiker mee kan evolueren. Hierbij vind ik het zoeken naar een combinatie van logica en verbeelding het interessantst.'



'In de hectiek van een startende creatieve onderneming is er weinig tijd om stil te staan bij hoe je precies je ontwerppraktijk wil ontwikkelen tot een duurzame onderneming. Door deel te nemen aan Driving Dutch Design wilde ik deze tijd nemen. Vooral de coachinggesprekken waren hierbij heel waardevol. Elke drie weken voerde ik een gesprek met mijn coach, waarvoor ik elke keer op een rijtje moest zetten waarom ik doe wat ik doe, hoe ik dit in de toekomst voor me zie, en hoe ik dit ga bereiken. Daarnaast werd ik door alle verschillende masterclasses gedwongen goed na te denken over onderwerpen die anders misschien ergens tussendoor gemoffeld zouden worden.'

Doordat we dit deden met een heel diverse groep ontwerpers, met verschillende achtergronden en doelstellingen, werden de onderwerpen die we tijdens de masterclasses behandelden van alle mogelijke kanten belicht. Tien maanden is eigenlijk best kort, dus die tijd nemen om te reflecteren en nieuwe plannen te smeden blijft belangrijk in de toekomst.'

'De zoektocht naar het samenbrengen van logica en verbeelding.'

FOTO — LABADIE / VAN TOUR, STYLING — ALEXANDRE FURTADO



echter ontwerp

'Ik zet me in voor sociaal-maatschappelijke projecten op het gebied van zorg, onderwijs en participatie. Betekenisvolle projecten realiseren, en hiermee mensen echt verder helpen, geeft me ontzettend veel energie. Ik zoek nieuwe oplossingen voor problemen die al lange tijd spelen. Door uitgebreid onderzoek, sterke analyse en een sterke vertaling naar beeld en ruimte, creëer ik nieuwe manieren van kijken naar een vraagstuk.'

ONDERZOEK NAAR NETWERKEN IN EEN WIJK,
OM TIJDELIJK LICHTE ZORG LOKAAL OP TE KUNNEN VANGEN

JOUW
ZORG IS
MIJ EEN
ZORG

'Al lange tijd liep ik rond met veel ideeën, dromen, wensen en oplossingen. Nieuwe mantelzorgoplossingen bijvoorbeeld, die moesten er komen! Problemen ontstonden als ik deze projecten wilde concretiseren. In de aanpak, het structureren, en het belangrijkste: zichtbaar worden bij mijn doelgroep.

Dit waren mijn doelen voor DDD, ervoor zorgen dat mijn ideeën gezien worden bij mijn doelgroep. Samen met mijn coach Jantien ben ik heel concreet ingegaan op mijn doelen. Deze gesprekken heb ik als zeer waardevol ervaren. Sparren, brainstormen en ontwikkelen met iemand die verstand van zaken heeft, heel fijn! Zowel zakelijk als persoonlijk heb ik waardevolle ontdekkingen gedaan tijdens de gesprekken met mijn coach.

Voor DDD werkte ik als "Willemieke van den Brink, grafisch ontwerp". Halverwege DDD heb ik vol vertrouwen mijn nieuwe bedrijfsnaam en website gelanceerd: "Echter ontwerp". Ik heb de eerste stappen richting mijn "droomopdrachtgevers" gezet. Na DDD zal ik me verder ontwikkelen als sociaal ontwerper. Mijn "publiek" heb ik gevonden, en mijn opdrachtgevers weten dat ik besta. Volgens mij de juiste ingrediënten om mijn droomopdrachten uit te voeren.'

'Van betekenis zijn voor mens en maatschappij, mensen echt verder helpen met mijn werk, dat is mijn intrinsieke motivatie.'



HATS & TALES
Hanneke Minten, Saskia Pouwels
concept en ontwerp
ROTTERDAM

HELLO@HATSANDTALES.NL
HATSANDTALES.NL
Hanneke 06 432 74 364
Saskia 06 455 20 450

coach
JAN MENKE HOPMA

hats & tales

'Als grafisch ontwerpstudio staan we voor helderheid, directheid, het experiment en de daarbij behorende bold statements in vorm en materiaal. Hiermee gebruiken we onze rol als ontwerper als een tool om onderwerpen en ideeën van een duidelijke stem te voorzien.'

'Ontwerpen zien wij als een middel én platform waarmee ideeën op een eigen manier kunnen worden gepresenteerd.'

SIGN YOUR SIGNAL – POSTER UIT SERIE



'De behoefte om Hats & Tales professioneel door te ontwikkelen was de drijfveer om deel te nemen aan DDD 2015. Welke stappen en zakelijke keuzes moeten we maken om onze ontwerpdoelen en visie op het ondernemerschap in relatie tot elkaar te brengen? Tijdens reflectiemomenten met onze coach, de mentoren, andere Drivers maar vooral door gesprekken met elkaar, kwamen we tot het inzicht dat we zakelijk gezien op de goede weg zitten, maar dat onze ontwerpdoelen en visie een minder prominente rol toebedeeld hadden gekregen tijdens ons Hats & Tales-avontuur.

Hats & Tales is ontstaan vanuit de fascinatie voor het inzetten van ontwerpen als een tool. Ontwerpen zien wij als een middel én platform waarmee ideeën op een eigen manier kunnen worden gepresenteerd. We zoeken naar de balans tussen sociale relevantie van een project en de inhoudelijke conceptuele mogelijkheden, die maatschappelijke kwesties visueel inzichtelijk en begrijpbaar maken.

Tijdens het runnen van Hats & Tales was het evenwicht tussen inhoudelijke en commerciële projecten uit balans geraakt. Wat het lastig maakte om onze propositie helder te omschrijven. De inzichten die we hebben opgedaan brengen ons terug naar de kern van ons ontwerperschap. Werkend aan het uitdiepen van onze doelen brengen we de balans terug, als ontwerpers en ondernemers. De coachingssessies hebben we doeltreffend ingezet bij spannende zakelijke keuzes. Hierdoor konden we bewuster en zelfverzekerder onderhandelingsgesprekken instappen.

Tijdens DDW presenteren we <unnamed>, een onderzoek naar stereotype en iconische portretfotografie. Een samenwerking met fotografe Anne Claire de Breij. Dit project reflecteert onze visie, visuele statements en werkwijze.'



nudnik

'Ik hou ervan om dingen te maken die je kunt vasthouden en die meer van de kijker vragen dan alleen kijken. Er is altijd interactie. Ik maak dingen die je per se wilt hebben, geen dingen die je móét hebben.'

'Toen ik hoorde dat ik mee mocht doen aan Driving Dutch Design was ik blij, maar ook een beetje bang; ik vond mezelf eigenlijk helemaal geen designer. Ik was meer een "thinker" en een "maker". Ik nam mezelf voor het traject te gebruiken om te ontdekken wat voor designer ik dan wel was, en om te leren van échte designers.

Algauw ontdekte ik een rode draad in mijn werk; alles wat ik maakte had een relatie met het beter maken en opvrolijken van mensen. Geïnspireerd door mijn mede-Drivers besloot ik er echt vol voor te gaan en twee maanden lang niets anders te doen dan mezelf op te sluiten in mijn atelier en werk te maken.

Dat bleek geen succes. De eerste weken waren leuk, maar daarna viel ik in slaap boven mijn werkbank en besepte ik dat ik een designer ben

die de energie nodig heeft van andere mensen en andere klussen. Dat houdt mij scherp en creatief. En dus freelance ik lekker veel op te gekke klussen en werk ik daarnaast in mijn atelier (een verbouwde oude snackbar) aan het groot maken van mijn projecten, zodat ik veel mensen een glimlach van oor tot oor kan bezorgen, soms misschien ook door de dikke tranen heen. Of ik daar nou geld mee verdien of niet. Want ik ben erachter gekomen dat echte designers de wereld zo designen ze er zelf blij van worden. Dan ben ik dus tóch wel een echte designer, denk ik.'

OOOOOPS. CRASH. AUTSJ. METELLYA. SO FUNNY IT HURTS.



'Mijn doel is mensen opvrolijken, beter laten voelen en beter maken met mijn werk. *Cheer up-* designs dus.'



mark vankan

'In mijn werk word ik gevraagd een visuele beleving te creëren. Dit kan door middel van infographics, video mappings, live visuals, virtual reality-beleving of promotiefilms.'

Momenteel ben ik bezig met een concept dat publiek een nieuwe ervaring moet geven bij een liveshow. Als je naar een concert gaat, heb je als publiek vrijwel geen invloed op de show. Dat wil ik gaan veranderen. Door de emotie van het publiek te registreren en tijdens de show om te zetten naar visuele uitpattingen, krijg je een unieke wisselwerking tussen publiek en artiest. Het publiek reageert op de show en de visuals reageren op het publiek.

Voor mij is Driving Dutch Design een traject waarvoor ik niet alleen bezig ben als creatief designer, maar ook als ondernemer. De masterclasses hebben me tot denken aangezet en nieuwe inzichten gegeven. Mijn coach heeft me erg geholpen door me regelmatig een spiegel voor te houden. Zo moest ik dieper nadenken over wat ik doe en waarom. Ook heeft hij me geadviseerd

bij mijn pitch, door mijn verhaal kort en krachtig te verwoorden. DDD heeft ervoor gezorgd dat ik meer tijd heb gestoken in het ontwikkelen van mijn concept, wat in de toekomst kan leiden tot een nieuw product.'

'Ik wil mensen meenemen in een visueel verhaal en ze daardoor een unieke beleving geven.'

VISUAL SHOW VOOR THOMAS AZIER, FOTO – JEROEN VAN DER WIELEN





mianne de vries

‘Met mijn producten wil ik gewoontes en verwachtingen doorbreken. Ik daag de consument graag uit om iets met mijn producten te doen. De consument nieuwsgierig te maken of een keuze te geven. Ik probeer hiermee een band tussen het product en de gebruiker te stimuleren. De geschiedenis die zij samen doormaken, maakt de producten uniek.’

CURIOUS VASE



‘Met mijn producten valt altijd iets te beleven, ga jij de uitdaging aan?’

‘Het Driving Dutch Design-traject was een mooie kans om stappen met mijn studio te zetten. Met een hoofd vol ideeën en dromen is het soms lastig het juiste pad te kiezen. Vooral de coachinggesprekken hebben me veel laten inzien. Dit heeft ervoor gezorgd dat ik beter weet waar mijn hart ligt, wat ik het liefste doe en hoe ik een balans kan vinden tussen vrije conceptuele projecten en commerciële verkoopproducten. En welke stappen ik moet gaan zetten om dit te verwezenlijken.

Aankomende tijd wil ik me meer richten op waar mijn hart ligt: conceptuele producten ontwerpen. Een voorbeeld hiervan zijn vazen die je kapot moet slaan om te ontdekken wat de volgende wordt, of sieraden waar je zelf laagjes af kan halen om een nieuw sieraad te creëren. Producten die jij als gebruiker uniek maakt! Deze wil ik niet meer grotendeels zelf produceren. Ik wil op zoek gaan naar producenten en labels waar ik nieuwe, maar ook bestaande producten kan onderbrengen. Ik wil ook mijn creatieve geest inzetten om meer te gaan ontwerpen voor labels en bedrijven, om zo meer ruimte te creëren voor creativiteit en ontwerpen.’



PIM SCHACHTSCHABEL
architect, behavioral designer
AMSTERDAM

PIM@WILDDINEREN.NL
WILDDINEREN.NL
06 106 73 388

coach
JAN-MAARTEN MULDER

pim schachtschabel

‘Als architect afgestudeerd en altijd gefascineerd gebleven door hoe onze ruimtelijke context ons dagelijks leven en sociale interactie kan beïnvloeden. Momenteel speelt Wilddineren een grote rol in deze ontdekkingstocht. Het is opgezet als experiment om op zoek te gaan naar hoe we de ervaring van een diner en gastvrijheid anders kunnen definiëren, met als ultiem doel het restaurant van de toekomst te creëren.’

WILDDINEREN; DINER CANARD DU TOILETTE, FOTO — ADRIAAN DE GROOT



‘De combinatie tussen visionair denken en de schoonheid van het alledaagse.’

‘In mijn motivatiebrief om mee te doen aan het DDD-traject schreef ik het doel te hebben zo veel mogelijk mensen te bereiken en te laten genieten van een ontworpen memorabele ervaring. Een relatief helder doel, echter met breed gedefinieerde termen. Door deelname aan het traject werd ik gedwongen bewust na te denken over wie ik als persoon ben en hoe zich dat verhoudt tot hetgeen ik doe in de praktijk. Door het samenzijn met een groep ontwerpers, die zich in verschillende stadia bevinden van zowel persoonlijke als professionele ontwikkeling, ontstaat een kruisbestuiving die een interdisciplinaire praktijkomgeving reflecteert waar ik graag naartoe zou willen groeien binnen mijn eigen studio.’

Door het DDD-traject heb ik me vooral gerealiseerd dat als je je dromen en passie blijft volgen, je genoeg mensen om je heen kan creëren om deze dromen te realiseren. Ontwerpen doe je niet alleen maar juist samen; door discussie, inspiratie en verwondering kom je verder. Ik heb daarom samen met Thomas Steigenga een ontwerpstudio genaamd A/DIS/IN/EX opgericht. Tijdens dit traject is het concept Wilddineren uitgegroeid tot een noemenswaardige ervaring die in september door Frame is aangemerkt als een van de tien meest vernieuwende concepten binnen de hospitality-industrie. Daarnaast hopen we begin 2016 een boek over Wilddineren uit te geven, dat een aanjager zal zijn voor het restaurant van de toekomst.’



renate nederpel

‘Als ontwerper begin ik met een techniek die of materiaal dat ik onderzoek en mezelf vervolgens eigen maak. Dit is de kapstok voor het vormgeven van mijn producten. Mijn collectie “Pop-Up Linen” is hier een goed voorbeeld van. Daarbij wordt een stevige basis door middel van flexibele vouwlijnen verbonden met stof, waardoor het uitgevouwen kan worden tot een ruimtelijk object. De serie tassen die ik nu presenteer valt binnen dit concept.’



RENATE NEDERPEL MET HAAR POP-UP LINEN CABINET, FOTO – ARNOLD REYNEVELD

‘Mijn beweegreden om mee te doen aan het DDD-traject is om mijn ontwerpstudio te professionaliseren en mijn producten klaar te maken voor de markt. De eerste producten in de serie “Pop-Up Linen” kregen zeer goede recensies. De kast en de stoel waren echter te moeilijk en te kostbaar om te produceren. Hierdoor moest ik veel potentiële klanten teleurstellen. Door het DDD-traject ben ik me gaan richten op toegankelijker producten die eenvoudiger te vervaardigen zijn, en geschikt voor een breder publiek. Mijn coach heeft hierin bijgedragen door me te adviseren een marktonderzoek uit te voeren. Het regelmatige contact met de groep is inspirerend geweest en heeft me laten inzien dat ik niet de enige ben die tegen moeilijkheden aan loopt bij het op de markt brengen van producten. Door het traject ben ik me meer gaan focussen. Ik richt mezelf nu op slechts één product, waarbij in de basis reeds rekening gehouden is met de verkoop- en produceerbaarheid. De periode na het DDD-traject wil ik gaan invullen met het verkopen van de tassen. Als er voldoende vraag naar is, wil ik deze zodanig uitwerken dat ze op grotere schaal te produceren zijn.’

‘Mijn drijfveer is de drang te creëren en te ontdekken, waarbij ik mijn ontdekkingen omzet in nieuwe producten en toepassingen.’



ATELIER RICK TEGELAAR
productdesigner
ARNHEM

INFO@RICKTEGELAAR.NL
RICKTEGELAAR.NL
06 309 48 409

coach
ELLEN HOLLANDER

rick tegelaar

'In mijn werk onderzoek ik bekende materialen op nieuwe mogelijkheden. Ik ontwikkel processen en technieken die helpen een bestaand materiaal te herinterpreteren. Ik zie het als onderdeel van mijn werk om het huidige materiaalspectrum te verdiepen in plaats van te verbreden. Al doende ontwerp ik het materiaal, de techniek en het product om te komen tot toepassingen in verrassende contexten. In de werkplaats in Arnhem worden alle producten ontworpen, ontwikkeld, geproduceerd en verkocht.'

'Ik wil nieuwe spannende mogelijkheden ontdekken voor bestaande materialen en technieken.'

LARGE MESHMATICS CHANDELIER, FOTO – MASHA BAKKER



WAT ZIJN JE BEWEEGREDEKENEN OM MEE TE DOEN MET HET DDD-TRAJECT? 'Ik geloof dat een goede ontwerper ook een goede ondernemer moet zijn. In een ontwerpveld dat zich steeds meer verbindt en samenwerkt met andere disciplines is het ontwikkelen van een goed netwerk essentieel.'

WAT HEEFT HET TRAJECT VOOR NIEUWE INZICHTEN OPGELEVERD? HOE HEEFT DE COACHING DAARAAN BIJGEDRAGEN? 'Ik heb Driving Dutch Design vooral gezien als een mogelijkheid om mijn netwerk te vergroten en ervaringen uit te wisselen met (interdisciplinaire) collega's.

Gedurende het traject worden de vragen gesteld waar je makkelijk voor vlucht in de waan van de dag. Door verder vooruit te gaan kijken en keuzes beter te plannen heb ik meer grip op de onderneming gekregen. Nu zie ik kansen en uitdagingen eerder aankomen, en kan ik erop anticiperen. Een goede coach is daarbij een waardevolle aanvulling.'

HEB JE JE VISIE AANGESCHERPT TIJDENS HET TRAJECT, EN ZO JA, HOE? 'Mijn doel was om gedurende het project een hernieuwde focus te vinden op mijn ontwerpwerk. Hiervoor moesten organisatorisch een aantal dingen veranderen. De overgang van eenling naar het samenwerken met freelancers was hier een belangrijk onderdeel van. Hiervoor moet je bij jezelf nieuwe kwaliteiten aanboren en ontwikkelen.'

HOE ZIE JE DE PERIODE NA HET TRAJECT TEGEMOET? 'Tijdens het traject heb ik dus ingezien dat ik meer werk uit handen moest gaan geven. Sinds ik dat heb gedaan, kreeg ik meer ruimte in mijn hoofd om strategische keuzes te maken. Dit wil ik doorzetten in de toekomst.'



studio kars + boom

‘Door licht worden kleuren zichtbaar. Wij zorgen dat jouw verhaal zichtbaar wordt! We color your stories! Het barst van de mooie projecten en bedrijven. Maar het merendeel hiervan zal roemloos in de vergetelheid verdwijnen. Wat wij doen is dit voorkomen. Met Studio Kars + Boom ontwerpen we van concept tot creatie. We zijn gespecialiseerd in grafisch en illustratief ontwerp. Dingen visualiseren? Daar zit onze kracht.’

‘Bij de start vorig jaar december wilden we met Driving Dutch Design graag ons netwerk verbreden, ervaringen delen met andere designers, en onze kennis van het ondernemerschap vergroten. Nu, bijna een jaar later, kunnen we zeggen dat we heel veel ervaringen rijker zijn. Het is fijn om ook eens te horen hoe het er bij andere ontwerpstudio’s aan toe gaat. En om van andere designers te mogen leren.

Een hoogtepunt van Driving Dutch Design was voor ons de coaching. Deze sessies hebben een belangrijke bijdrage geleverd. Ze hebben ervoor gezorgd dat we binnen onze opdrachten dichterbij onszelf kunnen blijven en dat we blijven doen waar we energie van krijgen. En dat we konden werken aan onze doelstelling. Het doel dat we aan het begin van dit traject hebben gesteld, was ons verhaal duidelijker en concreter te

maken. Met onze coach hebben we dit scherper neer kunnen zetten. Ze heeft in dit proces geholpen door scherpe vragen te stellen en opdrachten te geven om steeds dichterbij de kern van onszelf en onze studio te komen.

In oktober hebben we de nieuwe naam van onze studio, een nieuwe website en onze aangescherpte visie gepresenteerd. We verwachten dat dit ook leidt tot meer richting in onze opdrachten. We hebben in ieder geval heel veel zin in alle nieuwe avonturen!’

‘Create great things together.’

DE VINEXWIJK





studio toimii

‘TOIMII is Fins voor “het werkt”; we geloven dat een goed product zó is vormgegeven dat het werkt, zowel functioneel als esthetisch. Als industrieel ontwerpstudio ontwikkelen we gebruiksproducten die verrassend eenvoudig en intuïtief aansluiten bij de gebruiker. Op het moment ontwikkelen we Mose, een interactieve wandmodule voor openbare ruimtes, gericht op tactiele ervaring. Naast Mose hebben we diverse andere ontwerpen die we graag met producenten en labels in productie brengen.’

‘We zijn het Driving Dutch Design-traject aanvankelijk vrij open ingegaan. We wilden ontdekken hoe we vanuit onze visie als onderneming zouden kunnen groeien en ons tegelijk openstellen voor wat we tegen zouden komen.

MOSE



In gesprekken met onze coach Yvonne hebben we ons verdiept in onze visie op productvormgeving. Dit heeft ons geholpen te ontdekken wat ons motiveert en stimuleert, en om de dingen die bij ons vanbinnen speelden naar buiten te brengen. Zo hebben we verwoord waar we voor staan, om zo te focussen op onze meerwaarde als studio en wat we belangrijk vinden. Hierdoor steken we gericht energie in zaken waar we in geloven. Ook zijn we ons er nog meer bewust van geworden hoe onze verschillen elkaar verrijken, hoe ze Studio TOIMII maken tot wat het is, en hoe graag we onze en andermans ideeën doorontwikkelen, zodat ze tot een werkend eindproduct uitgroeien.

Naast de focus op TOIMII heeft ook het contact met andere ontwerpers weer nieuwe ervaringen, kennis en inspiratie gebracht.

Het DDD-traject heeft ons aangezet dromen en ideeën om te zetten in concrete plannen en doelen, en daarin dicht bij onszelf te blijven. Hoe dit verder vorm krijgt zal nog blijken, maar het heeft ons opnieuw doen beseffen hoe we als Studio TOIMII willen blijven ontdekken, ontwikkelen en vernieuwen. Om beter te worden in wat we graag doen. Om producten te blijven ontwerpen die het dagelijks leven van mensen verrijken en vereenvoudigen zodat het werkt.’

‘Het verlangen van mensen om omgeven te zijn met blijvende schoonheid drijft ons om producten te ontwikkelen die werken.’



STUDIO THIER&VANDAALLEN
 Ruben Thier, Iris van Daalen
 productontwerpers
 EINDHOVEN

INFO@THIERVANDAALLEN.COM
 THIERVANDAALLEN.COM
 Ruben 06 424 69 286
 Iris 06 381 36 229

coach
 JEROEN L'ECLUSE

thier&vandaalen

Ruben Thier en Iris van Daalen zijn in 2010 afgestudeerd aan de Design Academy Eindhoven; medio 2011 begonnen ze een ontwerpstudio. Ze maken interieurobjecten waarin illusie en verwondering centraal staan. Dit zijn onder andere vitrinekasten als zeepbellen, maar ook spiegels, lampen, vazen en interieuraccessoires. Alle met een ruimtelijk en poëtisch karakter. Beide ontwerpers delen de fascinatie voor fenomenen uit de natuur, dit in een minimalistische vormtaal. Momenteel werken ze aan een serie objecten voor rouwverwerking. Om op een mooie manier afscheid van iemand te kunnen nemen.

ROUND SQUARE | OPAQUE LIGHT



'Ons doel met de deelname aan Driving Dutch Design was onze toekomstplannen op te stellen en na te leven. Daarnaast kwamen we graag te weten hoe we meer zakelijk ondernemers zouden kunnen zijn. En hoe we onze studio optimaal zouden kunnen runnen.

Tijdens het traject kwamen we erachter dat het goed is om op onze intuïtie te vertrouwen en ons goed voor te bereiden op een gesprek om het beter te kunnen sturen. Gestructureerd en planmatig werken is belangrijk, ook voor de toekomst. En vooral enthousiast blijven over ons eigen werk!

Onze coach heeft hierin bijgedragen. Hij heeft ons vooral meegegeven dat voorbereiding een belangrijke stap is, om later van een afspraak of contact veel profijt te hebben. Wanneer je iets wilt, zul je er zelf op af moeten stappen. Het was ook zeker interessant en leerzaam te zien hoe verschillende studio's te werk gaan.

In onze manier van werken zijn er projecten die we mogen doen en projecten waarvan het slim is als we ze doen. Door enerzijds onze esthetiek en vormtaal op de kaart te zetten en anderzijds voldoende inkomsten te genereren om te blijven bestaan. Door ons te blijven vernieuwen, kunnen we blijven doen waar we goed in zijn.'

'We maken de wereld graag een stukje mooier.'



thomas overweg

'Als art director ben ik verantwoordelijk voor het bedenken en uitvoeren van reclamecampagnes voor diverse merken. Daarbij werd ik steeds nieuwsgieriger naar hoe het zou zijn om mijn eigen merk op te bouwen. Mijn neefje en nichtje hebben me geïnspireerd om Glowbots op te richten; de oplossing voor alle kinderen die bang zijn in het donker.'

'Veel ideeën blijven slechts ideeën. Redenen genoeg: geen tijd, geen geld, niet weten hoe... Driving Dutch Design was voor mij een stok achter de deur om mijn idee wél waar te maken. Mijn idee is gedurende het jaar geëvolueerd van een serie schilderijen naar een kinderboek met *glow in the dark*-muurstickers. Door simpelweg te beginnen loop je tegen verschillende obstakels aan, waardoor je er soms niet aan ontkomt je product te veranderen.

Mijn personal coach Nick van den Ham was een goede spiegel die me liet nadenken over de keuzes die ik maakte. Het lanceren van een

merk is iets waar veel bij komt kijken, meer dan ik had verwacht, en bij het hooghouden van alle ballen hielp hij me om mijn doel niet uit het oog te verliezen. En het is gelukt. In nog geen jaar tijd is mijn product op de markt.

Driving Dutch Design motiveert, brengt je met de juiste mensen in contact en spijkt je bij op alle facetten van ondernemen. Samen met de andere Drivers werk je toe naar de afsluiting van een inspirerend jaar: de presentatie en expositie op Dutch Design Week. Driving Dutch Design is een aanrader voor alle gedreven ontwerpers die willen accelereren.'

GLOWBOTS KINDERBOEK



'Zorgeloos slapen wordt vanzelfsprekend als dag en nacht.'



tim van de weerd

‘Het liefst maak ik objecten die inspelen op de verbeeldingskracht van de toeschouwer. Objecten die toegankelijk zijn en tegelijk ook heel eigenzinnig. Zoals de Monstera Magnifica en Monstera Fugiens, bijzondere plantenspotten met lange, organische poten. Momenteel werk ik aan een vervolg daarop, de Carnivora. Deze nieuwe soort plantenspotten heeft ook een eigen karakter en speelt opnieuw met de verbeelding van de toeschouwer. Functioneel, herkenbaar én eigenaardig.’

‘Op Dutch Design Week 2014 heb ik voor het eerst mijn Monstera-plantenspotten geëxposeerd. Door het succes hiervan kwamen er aspecten van het creatief ondernemerschap op me af waar ik niet erg in thuis was, zoals: Hoe bepaal ik een goede verkoopprijs? Wat zijn voor mij passende verkoopkanalen? Waar moet ik op letten als ik mijn ontwerp wil onderbrengen bij een label? Hoe behoud ik mijn creatieve vrijheid en zorg ik er tegelijkertijd voor dat er brood op de plank komt?’

CARNIVORA



Deze vragen en andere kwamen tijdens het DDD-traject aan de orde. Tijdens de masterclasses, maar ook in de gesprekken met de andere deelnemers. Waaronder productontwerpers die ofwel dezelfde moeilijkheden tegenkwamen, ofwel deze al hadden getackeld. Het uitwisselen van deze kennis en ervaring was heel waardevol.

Hieruit bleek ook dat er meerdere manieren zijn om invulling te geven aan het ondernemerschap als productontwerper. Het is belangrijk dat je je eigen weg daarin volgt. Zowel zakelijk als persoonlijk. Daar waar de masterclasses vooral gericht waren op de praktische en zakelijke kant, was de coaching persoonlijker. Mijn coach heeft vooral benadrukt uit te gaan van mijn eigen kracht en minder bezig te zijn met de verwachtingen van anderen. Daarnaast is het voor mij belangrijk om een stevige financiële basis te vormen, zodat ik meer energie kan stoppen in nieuwe ontwerpen. Met mijn nieuwe plantepot “Carnivora” heb ik meer rekening gehouden met de praktische aspecten van hoe je een product succesvol op de markt kan brengen.’

‘Heel toegankelijk en toch eigenzinnig; dat is mijn beeldtaal. Objecten die blijven intrigeren, die écht tot de verbeelding spreken.’

colofon

DRIVERS

Liat Azulay
Cynthia Boom
Willemieke van den Brink
Iris van Daalen
Gerben Hooigeboom
Kevin Kars
Dennis Meulenbroeks
Hanneke Minten
Renate Nederpel
Thomas Overweg
Saskia Pouwels
Pim Schachtschabel
Rick Tegelaar
Ruben Thier
Mark Vankan
Aleï Verspoor
Mianne de Vries
Peet de Vries
Tim van de Weerd

COACHES

Jantien Brillenburg Wurth
Nancy Bulsink
Jeroen L'Ecluse
Yvonne van den Goorbergh
Nick van den Ham
Ellen Hollander
Marnix Holleman
Jan Menke Hopma
Wim Mortier
Jan-Maarten Mulder
Nils van Os
Ries Peeters
Domien de Vries
Henk Paul Visser
Brigitte Wortberg genannt
Lutscheidt

MASTERS

Astrid de Craen
Ben Hekkema
Cees Hogendoorn
Manolo Márquez
Erik Nibbering
Michiel Odink
Arne van Oosterom
Anouk Siegelaar
Erik Stevens
Jeroen Thoolen

MASTERCLASS 2.0,

DDD OFFSIDE, STARNMEER
Koert van Mensvoort,
DW 2015-ambassadeur,
Next Nature Network
Mark Studholme en Suzan
Claesen, *CrowdyHouse*

BNO-MENTOREN,

DDD OFFSIDE, STARNMEER
Mariëlle Beek,
Perspekt Studio's
Guusje Kaayk
Ruud-Jan Kokke,
Kokke Designer bv
Andreas Knol, *Bluelarix*
Martin Pyper, *me studio*
Karin Schwandt, *Schwandt*
Infographics
Roel Stavorinus, *Roel |*
Organisatie identiteit
en Designmanagement
Barbara Wormgoor, *Grrr*
Jos van der Zwaal

INDUSTRIEPARK KLEEFSE

WAARD (IPKW), ARNHEM
Klaas Kuiken, *Workmates*
Presents
Ben Ratelband, *StexFibers*
Kevin Rijke, *IPKW*
Niels Roks, *Weltevree*

KLOKGEBOUW,

STRIJP-S, EINDHOVEN
Daphne d'Arhard,
Founded By All
Christoph Brach, *Raw Color*
Guus Kusters, *Studio Maarten*
Kolk & Guus Kusters
Maarten Lockefeer,
Keukenconfessies

CONCEPT & ONTWERP

Hats & Tales, Rotterdam

PORTRET FOTOGRAFIE

Aisha Zeijpveld, Amsterdam

EINDREDACTIE

Hofman & Donker, Eindhoven

PROJECTCOÖRDINATIE

Lidewij Veenland, BNO,
Amsterdam

Alle beschrijvingen en gegevens van de gepubliceerde projecten zijn gebaseerd op het materiaal zoals ingezonden door de deelnemers aan de redactie van de publicatie Driving Dutch Design Lichting 2015. De redactie is niet verantwoordelijk voor onjuistheden of onvolledige vermelding van projectgegevens.

INITIATORS



**DUTCH
DESIGN
WEEK**
EINDHOVEN

KENNISPARTNERS



designthinkersacademy



SPECIALE DANK

BUITENWERKPLAATS
AMSTERDAM



Deze uitgave is mogelijk gemaakt door ABN AMRO, hoofdsponsor Dutch Design Week 2015.

driving dutch design 2016

THE ENTREPRENEURIAL FOCUS

Ben jij als designer gedreven en wil je je graag een jaar lang ontwikkelen binnen een multidisciplinaire groep met een sterke focus op creatie en commercie? Kun je goed vooruitdenken en heb je een beeld van wie jouw eindgebruikers zijn? Heb je een idee voor een product of dienst en wil je dit graag concretiseren? Lijkt het je een uitdaging om te sparren met een personal coach van ABN AMRO, en ben je niet bang je ideeën te pitchen tijdens Dutch Design Week? Kortom, ben jij talentvol en wil je jouw onderneming naar een hoger plan tillen?

Meld je dan nu aan voor Driving Dutch Design 2016. Driving Dutch Design bestaat uit een serie bijeenkomsten en masterclasses waarbij je aan de slag gaat met jouw creatieve onderneming: met design en identiteit, design en promotie, design en organisatie, businessmodellen, een gezonde financiële balans, intellectueel eigendomsrecht, merkregistratie, contracten en e-commerce.

Er is plek voor vijftien talentvolle en gedreven designers/startups met minimaal twee tot maximaal vijf jaar ervaring als zelfstandig ondernemer. Je moet bereid zijn om tussen 1 januari en 1 november 2016 voor zes tot tien bijeenkomsten te reizen binnen Nederland én om ongeveer een halve dag per week te investeren in het traject van Driving Dutch Design door middel van participatie, presentatie en samenwerking.

AANMELDEN EN SELECTIE

Aanmelden kan door het insturen van je motivatie en portfolio vóór 1 december 2015 aan info@drivingdutchdesign.nl t.a.v. Lidewij Veenland. Tussen 3 en 10 december 2015 vinden intakegesprekken plaats in Amsterdam. Op 17 december 2015 worden de deelnemers bekendgemaakt. Zet 14 januari 2016 van 16.00 tot 18.00 uur bovendien alvast in je agenda voor de kick-off bij BNO in Amsterdam.

DEELNEMERSBIJDRAGE

Deelnemers aan Driving Dutch Design ontvangen na selectie een factuur van € 200,-. Dit bedrag is inclusief de kosten voor het tweedaags DDD Offside-programma op de Buitenwerkplaats in Starnmeer. De daadwerkelijke kosten per deelnemer bedragen € 2700,-. Het programma wordt betaalbaar gehouden door bijdragen van ABN AMRO, Beroepsorganisatie Nederlandse Ontwerpers (BNO), Buitenwerkplaats.nl, Cultuur en Ondernemen, Design Thinkers Academy, Dutch Design Week (DDW), EY, Osborne Clarke en Kamer van Koophandel (KvK).

Driving Dutch Design (DDD) is een initiatief van ABN AMRO, Beroepsorganisatie Nederlandse Ontwerpers (BNO) en Dutch Design Week (DDW), en biedt een platform om beginnende designers op weg te helpen.

MEER INFO

drivingdutchdesign.nl

mo m en t u m

E X P O
17 – 25
O C T
20 15

A COLLABORATION
OF YOUNG ENTREPRENEURS

KLOKGEBOUW
HAL C / STRIJP S
EINDHOVEN

DAILY FROM
11.00 TILL 18.00

FOR MORE INFORMATION
[facebook.com/
momentumexpo2015](https://facebook.com/momentumexpo2015)

powered by

