



Eileen Blackmore

Ontwerpers maken innovatie zichtbaar en tastbaar. Zij zijn de uitvinders die experimenteren met nieuwe materialen en gereedschappen; de *changemakers* die op het scherpst van de snede kijken naar wat beter, mooier en duurzamer kan. Tijd om hen centraal te stellen in het proces van maatschappelijke verandering.

Tekst Coen Berkhout,
Foto Pepijn van den Broeke

SAMEN TOEKOMST ONTWERPEN

Vanuit die gedachte begon Eileen Blackmore jaren geleden, in 1996, *House of Design*. Al snel ontstonden meer vragen. Kunnen wij ontwerpers inspireren door ze te verbinden aan duurzame materialen, grondstoffen en gereedschappen uit de omgeving? Kunnen wij daardoor werkgelegenheid creëren? En een duurzame economie? Daarom organiseert House of Design sinds 2007 projecten waarin ontwerpers aan een thema of materiaal worden gekoppeld en waar bijvoorbeeld ook scholen, ondernemers en de overheid in meegenomen worden. Zo raakt de creatieve industrie betrokken bij de economie, en andersom. Cultuurwethouder Paul de Rooik zei het treffend: „House of Design maakt problemen in de samenleving en de oplossingen van ontwerpers zichtbaar voor een breed publiek.”

Een voorbeeld van zo'n project is 'Groningen ontwerpt', het vervolg op 'Wonen in Groningen', de samenwerking tussen woonwinkels in Groningen en Noordelijke ondernemers. Een jaarlijks designfestival rondom de vraag hoe de binnenstad aantrekkelijker gemaakt kon worden voor het Groningse publiek. De oplossing: nieuwe en unieke producten voor de woonwinkels, die niet zomaar op het internet te bestellen waren.

Het festival was een succes. Ontwerper, ondernemer en consument werden bij elkaar gebracht en zo werd iets in beweging gezet. Nieuw publiek kwam naar de winkels, ontwerpers kregen feedback op hun ontwerp en de shoppers zagen buitengewone producten in de Groningse winkels. Volgens Eric Bos, voorzitter van de Groningen City Club, zit de winst van het festival ook in het feit dat het bezoekers en ondernemers in de stad aan het denken zet. Bos: „Creatieve ondernemers kunnen echte verandering teweeg brengen. De projecten van House of Design geven een duidelijke structuur en laten zien wat er allemaal mogelijk is als je als ondernemer *outside-the-box* denkt.”

„Na vier jaar Wonen in Groningen merkten we dat er behoefte was aan verdieping. In 2017 hebben de ontwerpers en de winkeliers daarom samen een blijvend product ontwikkeld voor in de winkels, rondom het thema 'lokaal', aldus Blackmore. Er kwam een nieuwe naam: Groningen ontwerpt. Een nieuw vraagstuk: de afvalstromen in de binnenstad. Een

nieuwe partner: de gemeente Groningen. En een bredere aanpak, waardoor ook andere partijen uit de keten betrokken raakten. Blackmore: „Een ontwerper bracht de afvalstromen van twee straten in Groningen in kaart. We kwamen erachter dat de logistiek rondom de afvalstromen niet helemaal lekker in elkaar zit. Neem piepschuim. Veel winkeliers weten niet wat ze ermee moeten doen. Sommigen gooiden het maar in de klink, anderen namen het mee naar huis. Toen wij bij de gemeente aanklopten met het idee daar iets aan te doen, zeiden zij: 'Hier zaten wij op te wachten'. Wat we dus eigenlijk doen, is het ontwerpend denken inzetten om grote problemen op te lossen.”

'Creatieve ondernemers kunnen echte verandering teweeg brengen'

Pier Tjepkema en Willem Meek van woonwinkel Laif & Nuver deden jaarlijks mee met Wonen in Groningen en droegen piepschuim aan als afvalstroom voor Groningen ontwerpt. Tjepkema laat een kartonnen doos, tot de helft gevuld met piepschuim, zien: „De opbrengst van twee dozen van de levering van vandaag.” Er staan nog zo'n tien ongeopende dozen achter de toonbank. Kunstenaar Marc Paulusma kwam met een creatieve oplossing. Hij maakte een installatie waarin mensen konden zien hoe meelwormen piepschuim verteren. Die meelwormen aten het piepschuim en de kok van restaurant Brussels de Lof maakte daarna een amuse met meelwormen. „Eigenlijk eet je je eigen afval op. Zo lieten we met een grote knipog zien hoe je met afval om kan gaan”, vertelt Blackmore.

Dat is een ludieke manier om aandacht te vestigen op het probleem. Maar er is ook een serieuze vraag: wie is de eigenaar van dit afval, wie betaalt ervoor? Je koopt een product, maar het piepschuim en de kartonnen doos, koop je die ook? Je krijgt het in ieder geval wel en je moet het afvoeren. Zo heeft Tjepkema ook als ondernemer baat bij het project: „Behalve dat er iets moois wordt

gemaakt van het afval – in onze andere winkel maakte Eibert Pikkema mooie designs van karton – zorgt het ook voor een stukje bewustzijn. We zijn nu in gesprek met leveranciers om te kijken of we samen iets aan het afval kunnen doen en zij staan daar positief tegenover.” De winkelier zou het fantastisch vinden als de installatie van Paulusma groots neergezet wordt, of dat iedereen bij het Groninger Forum piepschuim kan inleveren om het te laten recycleren.

Grote problemen oplossen. Bewustzijn creëren. Nobeleden. Gaan die samen met een economisch gewin? „Ja”, zegt Blackmore resoluut, „het is juist een voorwaarde dat men er geld aan verdient, daardoor blijft het in werking. Anders is het: oh leuk project, strik erom, *next*.” Blackmore wil dat het normaal wordt dat ontwerpers betrokken worden bij het oplossen van maatschappelijke problemen.

Voor 'We gaan het meemaken', een project van House of Design in De Marne over de lokale economie, maakten Gerard de Hoop en Volken de Vlas een terras van metselpuim en glas van gesloopte panden in het aardbevingsgebied. Het project gaf de ontwerpers een nieuwe uitdaging. „De vraag werd omgedraaid: we keken nu eerst welk materiaal er voorhanden is. Daarnaast keken we naar nieuwe mogelijkheden om iets te produceren en in de markt te zetten”, vertelt De Vlas. De ontwerpers werken samen met het Groningse betonbedrijf Evolve om de tegel op de markt te brengen.

Het einde is voorlopig niet in zicht. Het kantoor van House of Design, onder de wateroren aan de Noorderbinningel, ligt vol met ontwerpen uit eerdere projecten. De teller staat inmiddels op bijna duizend. In de toekomst is er aan thema's geen gebrek: vergroening van de binnensteden, regenwateropslag, educatie en werkgelegenheid in krimpgebieden, om er maar een paar te noemen. Blackmore: „We gaan aan de slag om de stad meer circulair te maken, met hergebruik van materiaal en slimme oplossingen.” De thema's staan centraal, de producten zijn het visitekaartje die laten zien wat creativiteit en slimme ontwerpen de samenleving te bieden hebben. „Ik hoop dat meer ondernemers en instellingen zich geïnspireerd voelen om na te denken over creatieve oplossingen”, besluit Blackmore.