

Dutch Design

Jaarboek 2014 *Yearbook 2014*



Biodesign

Tentoonstelling 'Biodesign',
Het Nieuwe Instituut, Rotterdam
27 september 2013–26 januari 2014

Het getuigde bepaald van durf van het Nieuwe Instituut in Rotterdam om de eerste grote publieks-tentoonstelling te wijden aan biodesign. Immers, de natuur kon het altijd prima af zonder ontwerpershand. Sterker nog: het is niet anders gewend dan zichzelf vorm te geven. Maar door nieuwe ontwikkelingen in de wetenschap en een hernieuwde blik op de natuur blijken ontwerpers juist veel te kunnen opsteken van de mogelijkheden die een onderlinge kruisbestuiving biedt. 'Biodesign' presenteerde meer dan vijftig voorbeelden van een kruisbestuiving van natuur, wetenschap en creativiteit. Projecten die in eerste instantie meer tot de verbeelding spraken van ingenieurs en biologen, dan van op traditioneel design ingestelde bezoekers.

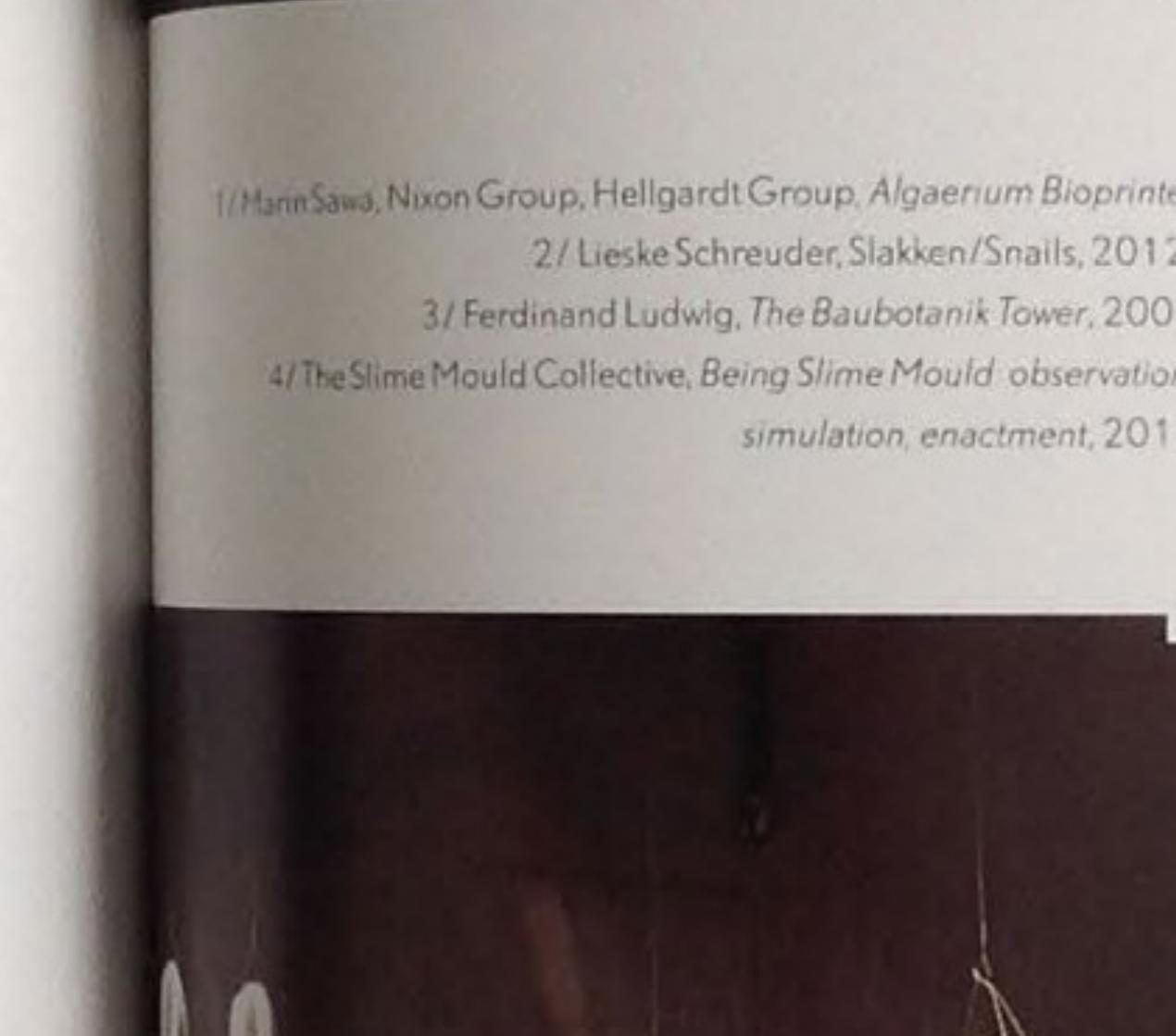
Wetenschappers lijken zich minder over de vindingrijkheid van de natuur-als-leermeester te verbazen dan designliefhebbers. Maar de biologische wetmatigheden die wij meestal over het hoofd zien zijn prima te benutten in plaats van de gebruikelijke oplossingen in productvorm. Algen en schimmels beschouwen we over het algemeen als ongewenste gasten in ons huis, tot blijkt dat je er (licht)energie mee kunt opwekken. Ambitieus is een plan om bacteriën, kristallen en spinrag kalkzandsteen te laten aanmaken dat door het vasthouden van vocht uit regenbuien een dam tegen de oprukkende zandwoestijn in de Sahara opwerpt. De blazende wind functioneert letterlijk als aanjager. Ook zou je bacteriën kunnen inzetten als een soort bouwvakkers: bakstenen maken of – beter toepasbaar en met sneller resultaat – betonscheuren laten repareren. De later ook op de Architectuurbiennale in Venetië getoonde *Bio City Map* was één van de weinige uitgesproken beeldende objecten. Op een opengeklapte wereldkaart, zoals de ontwerper Richard Buckminster Fuller die ooit ontwikkelde, was te zien hoe 25 van 's werelds dichtst bevolkte metropolen als bio-organismen uitdijen.

Onvermijdelijk telde de expositie meer inspirerende experimenten dan procedes die meteen te verwezenlijken zijn. Het laten groeien van een flexibele hangbrug in een bomenrij doet denken aan conceptuele omgevingskunst uit de zeventiger jaren maar is met engelengeduld functioneel te maken en praktisch uitvoerbaar. Dat veel biodesign tijd nodig heeft moet je accepteren, zo stelt William Myers, de samensteller van de expositie en auteur van het gelijknamige boek *Biodesign: Nature + Science + Creativity*. Biodesign-technologie staat nu nog teveel in de kinderschoenen om ook sceptici van het nut ervan te overtuigen, maar de eerste stappen zijn gezet. CR

Biodesign

Exhibition 'Biodesign'
Het Nieuwe Instituut, Rotterdam
27 September 2013–26 January 2014

Het Nieuwe Instituut in Rotterdam showed daring by devoting its first large public exhibition to biodesign. Indeed, nature has always managed perfectly well without a designer's hand. Even stronger: it knows nothing other than to design itself. But as a result of new scientific developments and a renewed view of nature, designers seem to draw inspiration from the possibilities offered by a cross pollination. 'Biodesign' presented more than 50 examples of pollination from nature, science and creativity. Projects that at first would seem to speak more to the imagination of engineers and biologists than to the imaginations of visitors oriented towards traditional design. Scientists seem to be less surprised by the inventiveness of nature-as-teacher than design aficionados are. But the biological regularities that we usually fail to see can be very useful in place of the usual solutions in product form. We generally consider algae and moulds as unwelcome guests in our homes, until we realize that they generate energy. An ambitious plan is to combine bacteria, crystals and spider webs to make limestone that can hold moisture from rainstorms to form a dam and halt the expanding Sahara desert. The blowing wind literally functions as a catalyst. You could also use bacteria as a kind of construction worker: to make bricks, or – easier to apply and with a faster result – to repair cracks in concrete. The *Bio City Map*, which was also displayed at the Architecture Biennale in Venice, was one of the few clearly figurative objects exhibited. An unfolded world map, such as once designed by designer Richard Buckminster Fuller, showed how 25 of the world's most densely populated metropolises are expanding like bio-organisms. Unavoidably, the exhibition showed more inspiring experiments than methods to realize them. Growing a flexible hanging bridge in a row of trees brings to mind conceptual environmental art from the 1970s, but it can be made functional with infinite patience and it is viable. That biodesign is time-intensive is a given that you have to accept, says William Myers, the organizer of the exhibition and author of the book with the same title, *Biodesign: Nature + Science + Creativity*. Biodesign technology is still in too early a stage to convince sceptics of its usefulness, but the first steps in the right direction have been made. CR



1/ MarinSawa, Nixon Group, Hellgardt Group, *Algaerium Bioprinter*

2/ Lieske Schreuder, *Slakken/Snails*, 2012

3/ Ferdinand Ludwig, *The Baubotanik Tower*, 2009

4/ The Slime Mould Collective, *Being Slime Mould: observation, simulation, enactment*, 2013

Lernert & Sander— Last Season

Tijdens de TEFAF kunst- en antiekbeurs in Maastricht aan het eind van de winter gaat menig gefortuneerd bezoeker ook 'serieuze shoppen' in de binnenstad. Met dit gegeven als achterliggende gedachte vroeg Kiki Niesten, een modewinkel met topmerkkleding, het kunstenaarsduo Lernert Engelbert en Sander Plug te reageren op de gekte die toch ook aan de mode-industrie kleeft.

Hun project is uiterst simpel, maar zeker niet simplistisch, zoals een video bewijst. Je ziet hoe de kunstenaars samen telkens een gebreide wollen merktrui uithalen zoals dat vroeger uit materiaalschaarstewel gebeurde om daarmee iets nieuws te breien. Nu doet zich het economische feit voor dat een bol wol, in zoverre je die nog ergens kunt kopen, duurder uitvalt dan een (waarschijnlijk onder bedenkelijke arbeidsomstandigheden gemaakte) trui die bij een prijsbreker te koop ligt. Een voor een deformeren de kunstenaars truien uit de herfst/wintercollectie 2013/14 van merken als Céline, Chloe, Jill Sander en Prada tot keurige opgewonden bollen wol, symbolen van hoop en ambitie, zoals de kunstenaars dat noemen. In het zich minimaal ontrollende proces is het bepaald dramatisch te zien hoe op zeker moment uit de zich ontvlechtende draadjesmassa het etiket met de merknaam losraakt en achterblijft.

Eerdere gefilmede performances van Lernert & Sander werden hits op YouTube en werden geblogd door Perez Hilton en Oprah Winfrey. Deze kwaliteiten heeft deze videoclip ook. Met droge humor en directheid overstijgt deze video de oogenschijnlijke flauwiteit en oppervlakkigheid. De speelse opzet brengt het impliciete commentaar op de gekte van seisoensmode goed in beeld. Het is bizarre dat een vanwege het merk kostbare trui zijn duurzame karakter een seizoen later verspeelt en alweer 'uit de mode' is geraakt – als de spreekwoordelijke krant van gisteren waarin de visboer op de markt vandaag zijn vis verpakt.

Als kritische buitenstaanders kaarten Lernert & Sander met hun professioneel gemaakte video de prematuur quasi-vergankelijkheid van producten en de tijdelijkheid van het seizoen aan. In zijn boek *The Hidden Persuaders* (1957) betitelde de Amerikaanse maatschappijkritische socioloog Vance Packard overigens al ditzelfde kapitalistische fenomeen – met betrekking tot auto's – als doelbewust geplande cosmetische veroudering. CR

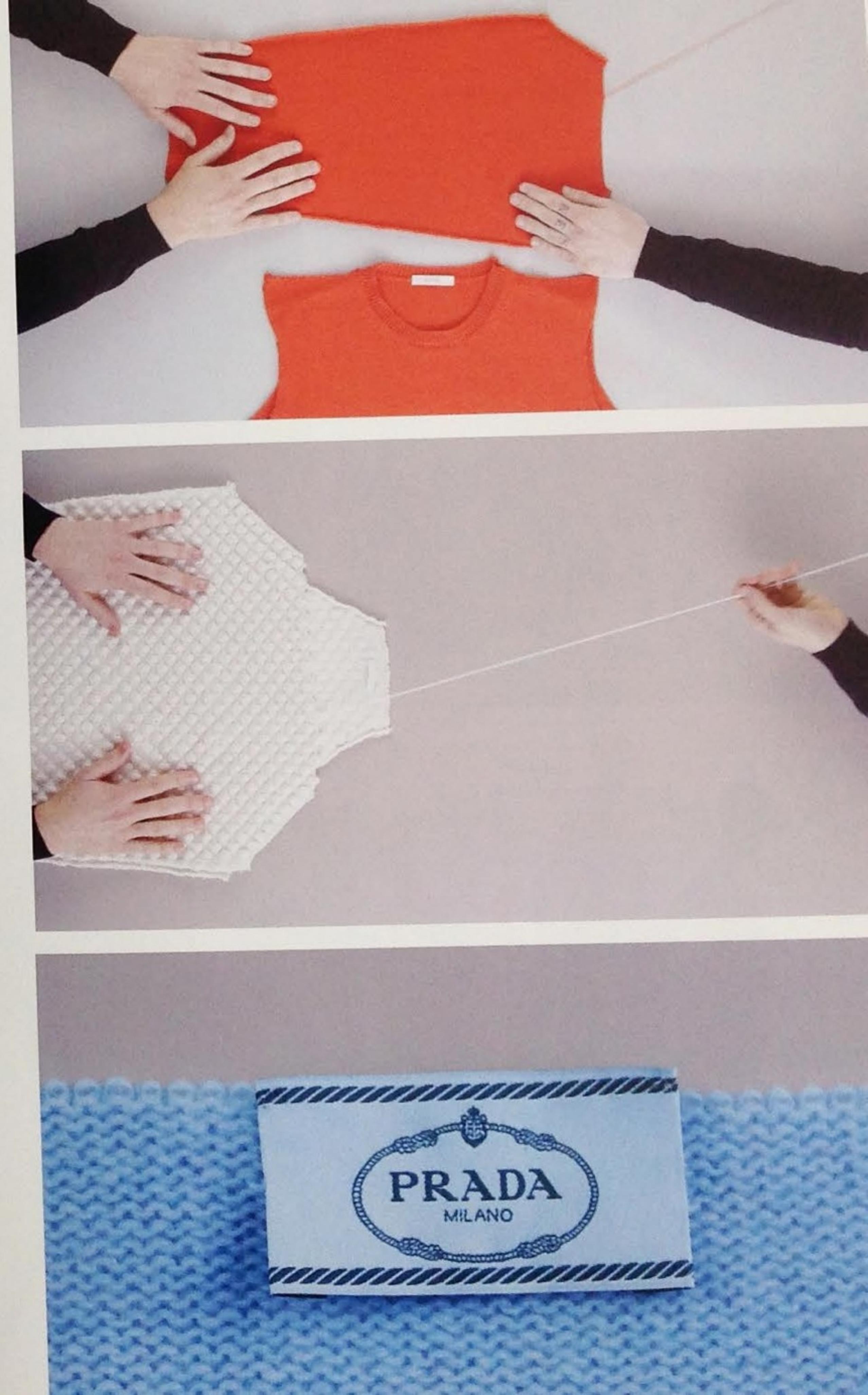
Lernert & Sander— Last Season

During the TEFAF art and antique fair held in Maastricht in late winter many wealthy visitors like to indulge in some 'serious shopping' in the city. With this in mind Kiki Niesten, a fashion boutique which stocks top-of-the-range brand name clothing, asked the artist duo Lernert Engelbert and Sander Plug to comment on the madness associated with the fashion industry.

Lernert & Sander's project was exceptionally simple, but definitely not simplistic, as a video attests. This shows the artists repeatedly unpicking a brand name sweater made of knitted wool, just as people in the past used to unpick woollen garments to knit something new when materials were scarce. Today, it is an economic fact that a ball of wool, if you can even buy such a thing, costs more than a sweater (probably produced in dubious working conditions) stocked by a discount store. One by one the artists deconstructed sweaters from the 2013/14 autumn/winter collection of brand names such as Céline, Chloe, Jill Sander and Prada and turned these into neatly wound balls of wool, which they described as symbols of hope and ambition. A moment of particular drama occurs during the unpicking process, an otherwise minimal act, when the brand name label detaches from the unravelling mass of threads and is left behind.

Earlier filmed performances by Lernert & Sander have been hits on YouTube and earned mentions in blogs by Perez Hilton and Oprah Winfrey. This video clip has similar qualities, for its dry humour and directness transcend the apparent banality and superficiality of the artists' actions. The duo's humorous approach effectively frames their implicit commentary on the madness of season-related fashion. It is bizarre that a sweater, for which consumers pay a great deal of money on account of its brand name, loses its sustainable character one season later and goes 'out of fashion', like yesterday's newspapers in which market fishmongers once wrapped their wares.

As critical outsiders Lernert & Sander use their professionally made video to query the premature, quasi-perishable nature of products and the transitoriness of the fashion season. In his book *The Hidden Persuaders* (1957) the socially-critical American sociologist Vance Packard describes the same capitalist phenomenon – in relation to cars – as deliberately planned cosmetic obsolescence. CR



MVO& – Paper Pathfinder Rijksmuseum

Jevraagt je het weleens af of musea hun bezoekers graag willen laten dwalen door het gebouw om zo ook onvermoede kunstschatte te ontdekken. Zou het? Nee natuurlijk.

Een museum wil museumbezoekers niet ergeren en ze juist snel en efficiënt door de collectie leiden zonder een hoogtepunt te missen. Een plattegrond is natuurlijk het aangewezen middel om de looproute te structureren. Toch is zo'n kaartje-alleen vaak onvoldoende. In veel gevallen blijkt het museumgebouw zelf – vaak een niet voor dat doel ontworpen historisch pand – lastig te bewegwijzeren. En als dat toch goed is gedaan dan blijkt de (vaak mannelijke) bezoeker te eigenwijs om de plattegrond goed te bestuderen.

Ook het in 2013 heropende Rijksmuseum kampert vanwege de twee atriumsen de twee torens (waar in gescheiden zolderetages de twintigste eeuw wordt getoond) met een lastige routing. Op een gemiddelde plattegrond blijft vaak onduidelijk op welke verdieping je je bevindt. Daarvoor moet deze uitvouwbare wegwijs-plattegrond uitkomst bieden. Het maakt onoverzichtelijke informatie toegankelijk voor alle doelgroepen, jong en oud, binnen- en buitenlands.

Ontwerper Martijn van Oosten werkte met het Rijksmuseum en een papierspecialist samen om uit te komen op dit letterlijke uitvouwbare schaalmodel van het museumgebouw. Teruggevouwen naar twee dimensies past de Paper Pathfinder weer in je tas of binnenzak. De 3D-plattegrond biedt vele mogelijkheden, omdat het als universeel ontwerp ook in andere situaties en gebouwen kan worden toegepast. CR

Product / Product

Ontwerp/Design
Martijn van Oosten

Opdrachtgever/Client
Rijksmuseum, Amsterdam
i.s.m. / with sponsor ING

Website
www.mvoend.com

Foto's/Photos
Martijn van Oosten

MVO& – Rijksmuseum Paper Pathfinder

If you've ever wondered whether museums want their visitors to wander aimlessly through their galleries, discovering unexpected art treasures in the process, the answer is a definite 'no'.

Museums have no desire to annoy visitors and actually seek to guide them through their collections as quickly and efficiently as possibly without missing any highlights. While floorplans may be an appropriate way to structure a museum route, they are frequently not sufficient as many museum premises – often historical buildings not designed for exhibition purposes – do not lend themselves to signposting. Even when there is an accurate floorplan and signposting, many visitors seem resistant to making a careful study of these.

The Rijksmuseum, reopened in 2013, also suffers to some extent from a lack of clarity in its routing and floorplan, caused by its two atriums and two towers (in which the twentieth century is presented in separate attic storeys). On standard floorplans it is often hard to tell which storey you are on. This fold-out route and floorplan has been designed to solve such problems, by making complex information accessible to all target groups, young and old, Dutch and foreign.

Designer Martijn van Oosten worked in partnership with the Rijksmuseum and a paper specialist to produce this literally fold-out scale model of the museum building. In its two-dimensional form the Paper Pathfinder fits comfortably into a bag or pocket. The 3D floorplan has great potential as it can be used as a universal design for other situations and buildings. CR

