



Vormgevingsproces – Vitra en de auteurs

Vitra werkt met onafhankelijke auteurs – voornamelijk met designers maar ook met grafisch kunstenaars of architecten. Ze onderscheiden zich van andere vormgevers doordat ze een kenmerkend handschrift en een bepaalde blik op de wereld hebben, die worden weerspiegeld in al hun producten. Vormgevers die in dienst van anderen staan, moeten hun handschrift vaak aanpassen aan de opdrachtgever.

De rolverdeling is niet die van opdrachtgever en opdrachtnemer. Twee ondernemers – Vitra en de designer – zoeken gezamenlijk naar de beste oplossing. Het is daarbij de taak van Vitra om de stimulerende omgeving, de technische ondersteuning, de juiste conceptionele discussie en de opbouwende kritiek te leveren. Dat vormt een garantie voor succes. Soms wil het maar niet lukken met een product. Dan moet je helemaal opnieuw beginnen. Het proces duurt altijd veel langer dan men zou willen. En vaak komt er iets anders uit de bus, dan wat men oorspronkelijk in gedachten had. Het product moet een ziel krijgen. Dat te begrijpen en voorzichtig te kanaliseren, is de kunst van het designmanagement.

Vormgeving is een breed vakgebied. Het loopt van aan kunst verwant editiedesign tot designdiensten in het kader van een industriële onderneming, van een verzamelobject tot een anoniem dagelijks voorwerp, van extremen via het gebruiksgeschiede tot het banale. Het ligt voor de hand dat het extreme en het gebruiksgeschiede verschillend worden waargeno-

men; in collecties en archieven worden vooral extreme werken opgenomen die breken met het bestaande. Dat is voor één aspect van het "probleem" een perfecte oplossing, maar het negeert een ander aspect, kortweg: het unieke exemplaar dat opzien baart. Voor gebruiksgeschiedte producten is daar veel minder ruimte. Zij worden opgezogen door het alledaagse, doen waarvoor ze gemaakt zijn, maken de gebruiker blij, maar belanden meestal niet in een museum, zelfs niet wanneer zij een belangrijke bijdrage hebben geleverd aan de evolutie van een genre.

Maar er is een belangrijke nieuwigheid dat zo gebruiksgeschiedt is, dat het direct wordt geabsorbeerd en in korte tijd standaard wordt. Dat is het typologisch nieuwe. Ook het typologisch nieuwe wordt nauwelijks getoond in musea, ofschoon het voor een nieuwe standaard zorgt. Dat heeft ermee te maken dat het niet zo gemakkelijk overdraagbaar is en dat zijn kwaliteit niet zo eenvoudig toegankelijk is gemaakt als die van het opwindende nieuwe. Daarnaast zijn meestal meer tijd, inspanningen, testen, vergissingen en fundamenteel researchwerk in dit nieuwe gebruiksgeschiedte product gaan zitten dan in het opwindende bravourestuk. Juist de introductie van de Vitra Edition in 1987 geeft dit op treffende wijze weer; een object dat in enkele maanden was ontwikkeld, baarde meer opzien dan de bureaustoel met een nieuw mechanisme, toepassing van nieuwe materialen, nieuwe stoffen en een nieuw kantoorelan, waarvan de ontwikkeling jaren in beslag had genomen. Beide – zowel het extreme als het gebruiksgeschiedte – zijn belangrijk voor het design, maar in de praktijk van Vitra staat het gebruiksgeschiedte centraal.

Vaak is het gebruiksgeschiedte ook iets opzienbarend nieuws. Dat zijn de grootse momenten van design. In elk vakgebied, in de literatuur, in de film, in de kunst zijn grootse momenten. Er ontstaat iets nieuws dat bij de eerste aanzet meteen de definitieve uitdrukking heeft gevonden. En indien het gaat om iets baanbrekend nieuws, dan blijft deze uitdrukking langdurig toonaangevend. Het baanbrekend nieuwe, dat als ketterij is begonnen, wordt een klassieker en blijft relevant totdat er een volgend baanbrekend nieuw iets ontstaat en er opnieuw een paradigmawisseling plaatsvindt. Dit nieuwe is niet nieuw wegens zijn nieuwigheid, maar omdat er een nieuwe balans is gevonden. Dat is vooral het geval als er nieuwe materialen en technologieën beschikbaar komen. Het beste voorbeeld daarvan is het werk van Charles en Ray Eames.

Vitra werkt jarenlang met bepaalde designers en soms met andere designers. Jarenlange samenwerking is mogelijk en zinnig als een designer bij zijn of haar ontwikkeling economisch voordeel van deze duurzame relatie heeft en als Vitra in deze speciale constellatie zijn centrale thema's kan uitvoeren.

Er zijn echter ook designers met een temperament en werkwijze die niet zijn in te perken in een langdurige relatie met Vitra, maar die af en toe bij een project richtinggevende resultaten behalen. De belangrijkste voorbeelden zijn Frank Gehry, Ron Arad en Philippe Starck. Dan waren er nog designers en kunstenaars van de Vitra Edition uit de jaren '80; Ettore Sottsass, Borek Sipek, Alessandro Mendini, Denis Santachiara, Gaetano Pesce, Richard Artschwager en anderen.

Met andere designers is pas onlangs een samenwerking aangegaan. De eerste resultaten zijn behaald, maar de betekenis van de samenwerking is nog niet te overzien; Christoph Ingenhoven, Alfredo Häberli, Hannes Wettstein, Arik Levy en Greg Lynn. En er is de nieuwe Vitra Edition die onder meer dient als kennismaking met Naoto Fukasawa, Konstantin Grcic, Jürgen Mayer H., Jerszy Seymour en Jürgen Bey.

Elk van hen kan op zijn of haar manier datgene belichamen dat de relatie tussen Vitra en zijn auteurs-ontwerpers typeert; de combinatie tussen pioniersgeest, interesse in onderzoek, verbeterheid en "Love Investigation", zoals Charles Eames het samenspel tussen inzet en passie noemde, die leidt tot succesvolle designoplossingen.

Rolf Fehlbaum, 2008