

Pak mee!

UIT

AGENDA

MAART
2016

12

HAFF

VIER ANIMATIEFILMS DIE
JE NIET MAG MISSEN

MUZIEK, THEATER, FILM, EXPO'S,
RESTAURANTS, LIFESTYLE
EN MEER...

EN VERDER: OLDENOSBORN OVER DERTIGERSDILEMMA'S,
DE AMERIKAANSE KEUKEN IN EEN NIEUW JASJE
EN DE GENIALE MATTHÄUS-PASSION.



UTRECHT

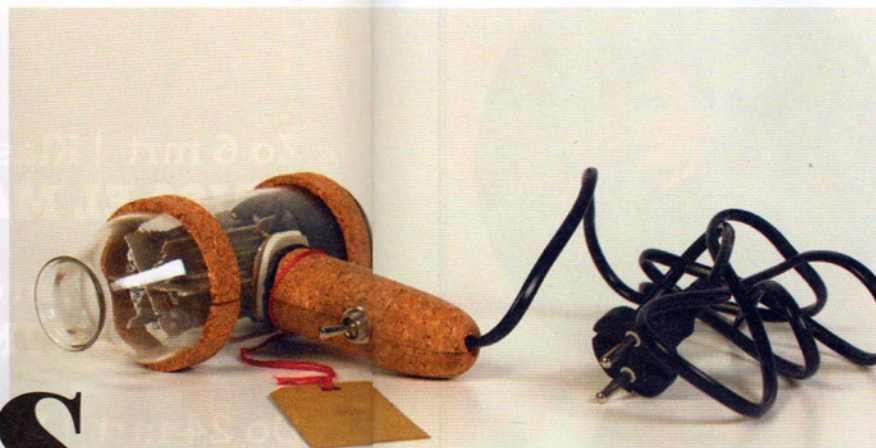
uitagenda.utrecht.nl



wereld verbeteraars

Door Pam van der Veen

Slim onderdak voor vluchtelingen. Een collectie objecten van glasafval. Verwarmende rompertjes tegen onderkoeling van pasgeboren baby's. Het zijn producten waar de wereld een beetje beter van wordt. Ontwerpers zijn meer en meer maatschappelijk geëngageerd. En daar is een term voor: social design.



Glasobjecten van Superlocal, pasta van meelwormen van Lydeke Bosch.

Social design

Hoe krijg je mensen aan het eten van insecten? Een urgente vraag, gezien de groeiende wereldbevolking en het dreigende voedseltekort. De Utrechtse ontwerper **Lydeke Bosch** gaf er een antwoord op met een product: Italiaanse pasta's gemaakt van meelwormenmeel. Want een hele meelworm stoppen we niet graag in onze mond, maar eenmaal vermalen tot meel en verwerkt tot pasta blijken we 'm best te lusten. Sterker nog, vertelt Bosch: 'Tijdens de presentatie begonnen mensen elkaar te overtroeven. Wie durfde de pasta met het hoogste percentage meelwormen te eten?'

Steeds meer designers houden zich bezig met de rol die ze kunnen spelen op het gebied van schone energie, voedselverspilling, afvalverwerking, watertekort en welzijn. Ze verzinnen manieren om groente en fruit langer vers te houden, recyclen afgedankte visnetten tot tapijten, maken lampjes die gevoed worden door zonne-energie, ontwerpen verwarmende rompertjes tegen onderkoeling van pasgeboren baby's. Allemaal op duurzaamheid gerichte projecten en producten die de wereld er een beetje mooier op willen maken. Ze proberen actuele maatschappelijke vraagstukken op te lossen met een goed doordacht ontwerp en worden dan ook geschaard onder de term 'social design'. De Utrechtse kunstcurator **Anne van der Zwaag** schreef er een boek over, Looks Good Feels Good Is Good, rijk voorzien van voorbeelden. 'Talent en kwaliteit zijn even belangrijk als compassie, en design is meer en meer sociaal geënga-

geerd', signaleert ze. Social designers noemt ze 'visionaire veldwerkers': ontwerpers, kunstenaars, architecten en andere creatieve geesten die oplossingen genereren, taboes doorbreken, alternatieven aandragen en ons de ogen openen. Zoals Lydeke Bosch dus, die zich verdiepte in het op microschaal verbouwen van eten. 'Meelwormen hebben heel weinig ruimte nodig en je kunt ze grootbrengen op appelschillen en ander afval', legt ze uit. 'In principe zou iedereen z'n eigen meelwormenkwekerij op het aanrecht kunnen

**'DESIGN IS TE VAAK
DECORATIE. ER ZIJN
ONTWERPOPLLOSSINGEN
NODIG DIE AANSLUITEN
BIJ EEN SNEL VERANDE-
RENDE WERELD.'**

hebben. Het rendement daarvan is hoog: voor elke kilo voer die je in een koe stopt, krijg je maar 0,1 kilo rundvlees terug. Bij insecten ligt die opbrengst negen keer hoger. Daarbij zijn ze zeer voedzaam, rijk aan eiwitten, vitamines en mineralen. Tachtig procent van de wereldbevolking eet dan ook al insecten. Waarom wij niet?'

Dat de designwereld nog te weinig bezig is met de toekomst en de problemen die daar spelen, is een breed gedragen gevoel. 'Met meer tafels, stoelen en lampen komen we niet verder, hoe mooi ze ook kunnen zijn,' aldus **Daan Roosegaarde** in Looks Good Feels Good Is Good. 'Design is te vaak decoratie. Er zijn ontwerp oplossingen nodig die aansluiten bij een snel veranderende wereld.' Met projecten als Smart Highway, de snelweg die zelf energie genereert, en de Smog Free Tower, die schone lucht creëert in de stad, is Roosegaarde zelf misschien wel de bekendste social designer van Nederland. De zelfverklaarde 'hippie met een businessplan' combineert zijn idealisme met zijn fascinatie voor interactief design en

'TACHTIG PROCENT VAN DE WERELDBEVOLKING EET AL INSECTEN. WAAROM WIJ NIET?'

richt zich onder meer op ecologische uitdagingen. Want, vindt hij, 'goeie ideeën zonder consequenties zijn er al genoeg.'

Eenzelfde soort onvrede voelen ook **Pim van Baarsen** en **Luc van Hoeckel** van de Helmondse studio Superlocal. 'Veel design-objecten spreken hooguit tien procent van de wereldbevolking aan, namelijk die mensen die ze ook daadwerkelijk kunnen kopen', zegt Van Baarsen. 'Maar hoe zit het met die andere negentig procent? Die ook behoefte heeft aan slim ontworpen producten, maar niet over de financiële power beschikt?' In plaats van 'onzinnige, niet-functionele objecten die ons geen voldoening gaven', richt het tweetal zich op producten met een maatschappelijke meerwaarde. Zo reisden ze af naar Zanzibar, een eiland dat veel baat heeft bij het toerisme, maar niet bij het vele glasafval dat het met zich meebrengt. Samen met andere ontwerpers en lokale ambachtsmensen bedacht Superlocal een concept waarbij gebruikte flessen worden omgezet naar mooie, bruikbare producten. Lampen, potten en vazen die weer verkocht worden in de souvenirshops van hotels, zodat toeristen in feite hun eigen afval mee naar huis nemen. Van Baarsen: 'Dat samenvoegen van onze kennis met lokale materialen en productietechnieken is ons handschrift. We pasten het ook toe bij ons ziekenhuismeubilair voor Malawi. Met plaatselijke ambachtlieden maakten we bedden, kamerschermen en instrumentrollen, producten waar echt behoefte aan is en die hopelijk levens gaan redden. Dat is wat social design volgens ons beoogt: maatschappelijke thema's aanpakken op een vernieuwende, menselijke manier.'

Door het maken van een tastbaar product willen social designers ook een verhaal vertellen. Laten zien dat een bepaald systeem dringend aan vervanging toe is, bijvoorbeeld. Utrechter **Bas van Abel** probeert het met de Fairphone, transparant gebouwd met zoveel mogelijk 'eerlijke' materialen en onder goede arbeidsomstandigheden. De app KRNWTR 'kraakt' het plastic flessen-systeem door kraanwater te promoten. En grafisch ontwerper **Ingrid Nijhoff**, wonend en werkend in Utrecht, ontwikkelde de Inktwekerij, een methode om inkt te onttrekken aan bacteriën. 'Het produceren van reguliere inkt is



Fairphone van Bas van Abel.

enorm milieubelastend', aldus Nijhoff. 'Vooral groene inkt is giftig, en laat dat nu precies de kleur zijn van het keurmerk op biologische producten. Dat moet toch anders kunnen?' In samenwerking met biologen deed ze onderzoek naar de pigmenten die levende organismen in zich dragen. Zo blijkt de roze bacterie in je douche voor magenta te kunnen zorgen en is er zwart te 'oogsten' uit het antibioticum tegen malaria. 'Levende pixels', noemt Nijhoff deze natuurlijke inkt, die toepasbaar is voor zeefdruk. Momenteel is ze op zoek naar mensen die de techniek verder willen ontwikkelen en er wellicht een inkt-leveranciersbedrijf mee kunnen opzetten om zo een alternatief te bieden voor een zwaar vervuilend product.

Het zoeken van die samenwerking is van groot belang, schrijft Van der Zwaag in haar boek. Social design heeft alleen impact als het wordt erkend door mensen van buiten het werkveld. 'Duurzaamheid wordt slechts bereikt als alle spelers betrokken worden: wetenschappers, activisten, beleidsmakers, producenten én de gebruikers.' De innovatieve Better Shelter-onderkomens voor vluchtelingen konden dankzij Ikea in productie worden genomen. Bij het wassen van de Water<Less-collectie van Levi Strauss wordt 96 procent minder water gebruikt. En de Smart Highway van Daan Roosegaarde is het resultaat van een samenwerking met bouwbedrijf Heijmans. Het zijn vormen van social design die dankzij gevestigde instituten grootschalig opgepakt worden en zo een bijdrage leveren aan maatschappelijke verandering. En die ooit ontstaan zijn in een creatief brein, uit persoonlijke fascinatie en gedrevenheid, en uit verlangen naar een betere wereld.



Meer weten?
super-local.com
ingridnijhoff.nl
lydekebosch.com
bettershelter.org
studio Roosegaarde.net
 Looks Good Feels Good Is Good: Anne van der Zwaag, uitgeverij Lecturis
 31 Briljant Ideas for a Better World: whatdesigncando.com