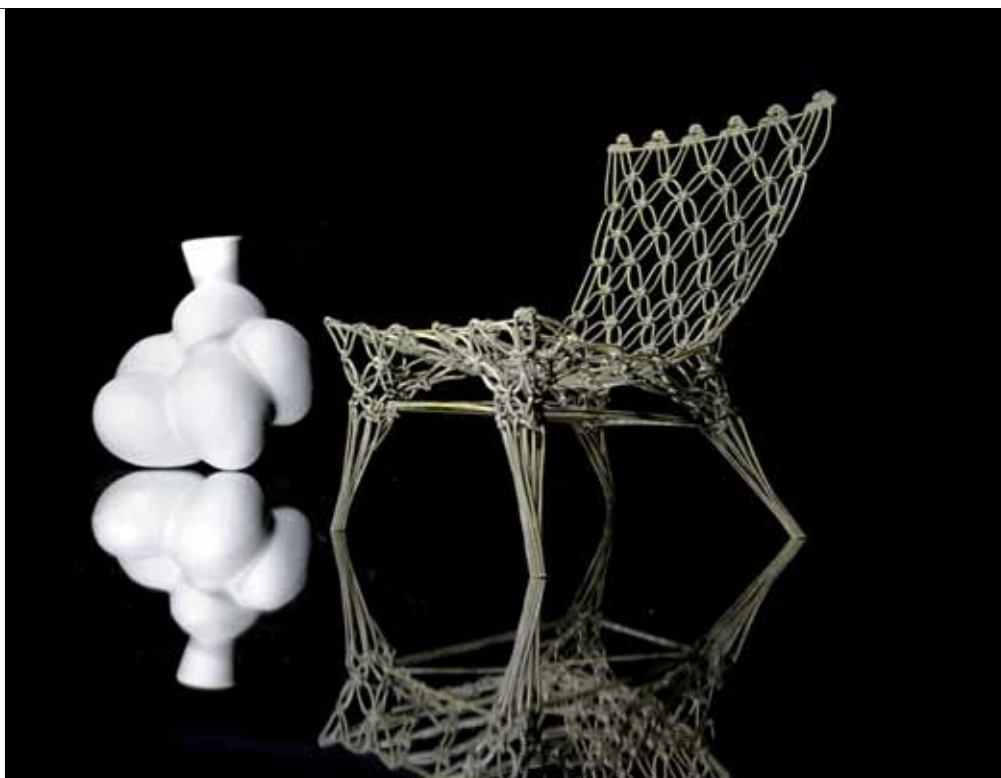




Marcel Wanders, in het buitenland de bekendste vertegenwoordiger van Dutch Design, heeft Amsterdam herontdekt.

# WANDERS' WERELD

Marcus Koppen



Wanders' werk, met de klok mee vanaf rechtsboven: Snotty Vase Coryza, Knotted Chair, Crochet Table, The Killing of the Piggybank, interieur van het Westerhuis.  
Op pagina 37: rechtsonder een van de One Minute Sculptures.



Amsterdam Creative Capital, uitgave Wanders Publishing.

## AMSTERDAM CREATIVE CAPITAL

Het boek *Amsterdam Creative Capital* is een project waarmee Wanders Amsterdam op de wereldkaart wil zetten. Een kloek werk dat een ode is aan de creatieve klasse die door de eeuwen heen vanuit onze hoofdstad voor doorbraken zorgde. Van Spinoza tot Berlage en van Cruyff tot Victor & Rolf, het koffietafelboek is een bloemlezing van 700 jaar creativiteit en wat eruit voortkomt. Wanders geeft het uit op non-profitbasis. Zie het als wederdienst aan zijn vruchtbare vestigingsplek. Maar ook als prima relatiegeschenk voor bedrijven die met Amsterdam willen pronken.



*Marcel Wanders zet Dutch Design om in goud. Dat doet hij met zijn eigen wereldimperium in zakformaat, maar hij wil ook best meedenken over de BV Nederland.*

*“Onze creatieve industrie kan veel meer waarde toevoegen dan nu het geval is.”*

**M**isschien valt het in Nederland nog mee, maar daarbuiten is Marcel Wanders alomtegenwoordig. In Europa lopen Italiaanse meubelfabrikanten als Cappellini en Boffi weg met zijn werk, hij richt over de hele wereld hotels, winkels en villa's in. Zijn Knotted Chair, de klassieker waarmee hij in 1996 doorbrak, staat in het New Yorkse Museum of Modern Art. *Businessweek* noemde hem een van de *European leaders of change*, *Elle* zette hem op een voetstuk als *Designer of the Year*. De wereld ligt aan zijn voeten. En als overtreffende trap heeft Philippe Starck, in dollars en invloed gemeten de grootste naam in de designwereld, hem aangewezen als opvolger.

Wanders is helemaal niet bescheiden, zegt hij zelf. “Maar bij die vergelijking voel ik me toch ongemakkelijk. Starck is een vriend van me, een concurrent, maar ook een superheld voor wie ik mijn pet drie keer afneem. Hij steekt zover uit boven de rest, dat ik het te veel eer vind als hij zich zo positief over mij uitlaat.”

Het viel niet mee om de *boy wonder* van het Dutch Design te pakken te krijgen; Wanders is altijd onderweg. Hij schat dat ruwweg 95 procent van wat hij bedenkt, ontwerpt en laat maken buiten Nederland wordt afgenomen. “Als ik eerlijk ben is de wereld groot en Nederland heel klein. Er is voor ons meer te halen en er gebeurt meer in de wereld. Als je mijn naam noemt in New York of Tokio, heb je meer kans op herkenning dan hier in Nederland.”

Hier in Amsterdam is hij druk met het managen van zijn studio. Als hij écht geconcentreerd met zijn eigen projecten aan de slag moet, doet hij dat in zijn studio in Dubai. Daar is hij elke twee maanden, twee we-

ken achter elkaar. “Ik noem het een privéstudio, maar het is gewoon elke keer een andere hotelkamer. Meer dan een stuk papier en een pennetje heb ik niet nodig.”

Dat werk gaat inmiddels om meer dan een bank, een onmogelijk bijzettafeltje van kant of een vaas gemodelleerd naar een neuspulkje. Wanders doet interieurs, complete villa's en hotels. Zelfs voor een eiland draait de Brabander zijn hand niet om: in Dubai ontwierp hij Nederland en Amsterdam, twee delen van de in zee opgespoten eilandengroep The World. “We doen in principe ontwerp, maar vervolgens doen we natuurlijk allerlei dingen die we niet horen te doen.”

Wanders geeft de wereld vorm, zichzelf inclusief. Als hij onder de nok van het Westerhuis, een voormalig schoolgebouw in de Jordaan, aanschuift, draagt hij onder het lichte overhemd met breed openstaand boord de kralenketting die zijn handelsmerk is. Gecontroleerde nonchalance: onder zijn licht grijzende krullen heeft hij een *twelve o'clock shadow*, maar vergis je niet: elk interview wordt opgenomen en gaat het archief in.

In de studio een verdieping lager werken intussen meer dan 30 mensen zijn ontwerpen uit. Digitaal, maar ook in ateliers wordt er geknutseld aan prototypes, kleine series en unica. Alles onder strikte controle van de naamgever. “We zijn niet de beste studio in de wereld, we maken niet de beste ontwerpen, we maken mijn ontwerpen. Mijn persoonlijke gekte, ideeën en fouten komen in die projecten terug. Er is geen project dat begint zonder dat ik erbij ben, er is geen project dat de deur uitgaat zonder dat ik erbij ben. Ik ben daar behoorlijk heftig in.”

Op de begane grond is een showroom van Moooi gevestigd, het interieurlabel dat Wanders samen

#### MARCEL WANDERS (46)

##### OPLEIDING

Hogeschool voor de Kunsten, Arnhem (cum laude)

##### LOOPBAAN

1990: ontwerper, Landmark

Design & Consult

1992: partner, Waacs Design & Consults

1995: oprichting Wanders Wonders

1996: ontwerpen voor Droog design, o.m. Knotted Chair

2001: oprichting Moooi

2005: Lute Suites, met Peter Lute

2006: B&B Italia stapt in Moooi

2007: Westerhuis, met Aedes Real Estate

2008: Kastor & Pollux, met Aedes Real Estate

CV



## 'Geen project begint zonder mij. IK BEN DAAR ERG HEFTIG IN'

met Casper Vissers opzette om zijn ontwerpen en die van anderen zelf op de markt te brengen, en waarvan hij nog steeds mede-eigenaar en creatief directeur is. Het weergaloze restaurant dat Wanders ernaast gedroomd had is er niet gekomen. Daar gaapt nu nog een holle kies. "De vergunning was bedoeld voor beperkte horeca. Ik wilde het gaafste restaurant van Amsterdam, top-eten koppelen aan topdesign, maar dat kon niet. Nou, dan maar niet."

Soms verandert wat hij aanraakt werkelijk in goud. Eens in de zoveel tijd kneedt hij hier in het Westerhuis een serie *one minute sculptures*. Die poppetjes worden verguld en gaan voor 800 euro de wereld over. Zo bouw je onder eigen naam een wereldmerk dat jaarlijks voor tientallen miljoenen omzet zorgt.

"Je kunt je werk als designer verschillend invullen. Ik vind het heel gaaf als je het doet door er voor heel veel mensen te zijn. Dat het veel mensen aanspreekt en de kwaliteit van het leven mede bepaalt. Als commercieel betekent dat het werk geen inhoud heeft, is het jammer. Als het commercieel is omdat het heel wezenlijk is en mensen er massaal waarde in zien, is dat fantastisch. Als je in staat bent daardoor met je bedrijf geld te verdienen, komt dat doordat je waarde toevoegt. Ik maak ook dingen die alleen virtueel bestaan. Miljoenen mensen hebben dat gezien in een tijdschrift, er een gevoel over gehad en hun we-

reldbeeld er mede aan ontleend. Dat is ook waarde, al leidt het niet tot omzet."

Wanders gaat wat dat waarde toevoegen betreft over de grenzen van zijn eigen vak heen. De laatste tijd zet hij zich in voor Amsterdam als creatieve hoofdstad. Al meer dan tien jaar werkte hij vanuit Amsterdam, maar pas toen hij op zoek ging naar een nieuwe locatie leerde hij de stad kennen. "Ik zat als kunstenaar lang met een verrekijker op mijn hoofd naar de wereld om ons heen te kijken. Nu is Amsterdam een speerpunt voor ons."

Voor zijn studio kocht hij samen met ontwikkelaar Aedes Real Estate een voormalig schoolgebouw, het Westerhuis. Tijdens zijn lobby om het in handen te krijgen, zag hij hoe de stad zijn zinnen had gezet op de creatieve industrie die een impuls moet leveren aan de economie van de stad en het hele land. Het Westerhuis doet nu ook dienst als 'creatief bolwerk' voor creatieve ondernemers.

Daarmee is het geen kunstenaarsbroedplaats, maar een hoogwaardig kantoorgebouw waar creatieve bedrijven marktconforme prijzen betalen. "Ik heb niets tegen broedplaatsen, en ook niet tegen mensen die doelen stellen in hun werk die niet financieel zijn. Maar het kan een uitdaging zijn zo professioneel te werken, dat je door je vak uit te oefenen een bedrijf kunt opbouwen."

In september brengt Wanders een lijvig boek uit ►►

### Wanders' interieurs

De Morgans Hotel Group, bekend van luxeuze boutiquehotels in Amerika en Londen, werkte eerder samen met Philippe Starck. Voor het Mondrian South Beach Hotel in Miami schakelde men *Dutch wonderkind* Marcel Wanders in. De 335 hotelappartementen in een bestaand gebouw van zeventien verdiepingen hebben uitzicht over Biscayne Bay. Alle kamers, appartementen en openbare ruimtes zijn theateraal aangekleed, het water in de douche stroomt uit kristallen kroonluchters, de loungebar heeft verguld behang. Na dit eind 2008 geopende project van 150 miljoen dollar gaat Wanders nog een Mondrian inrichten in Las Vegas. Tot nu toe zijn dit zijn grootste interieurprojecten. Op kleinere schaal kleedde Wanders woonhuizen aan in Mallorca, Amsterdam en Jakarta. Voor modeketen Villa Moda ontwierp hij een filiaal in Bahrein. Verwacht nog veel meer interieurs van het Nederlandse design-icoon, want vorig jaar tekende hij bij Yoo. Yoo is een joint venture van collega Starck en projectontwikkelaar John Hitchcox, die ontwikkelt en wereldwijd investeert in woningen en hotels. Op dit moment heeft het wereldwijd 22.000 woningen in aanbouw. Wanders kan zich volledig uitleven.

As seen on *Sex and the City*: kinderwagen Bugaboo kan niet meer stuk.



## DE WAARDE VAN DUTCH DESIGN

Het was de jonge garde met Marcel Wanders, Hella Jongerius en Jurgen Bey en later Piet Hein Eek die met hun productvormgeving het wereldpubliek veroverden. Niet langer de functionaliteit van het product stond voorop, maar het idee achter het design en de beleving die het bij de gebruiker teweegbrengt. Een rode draad is moeilijk te vinden, hoewel een willekeurige New Yorker met termen als

**DUTCH DESIGN** is wereldberoemd, maar kwam pas midden jaren negentig opzetten. Daarvoor maakte Nederland al school met grafisch ontwerp en architectuur.

nuchterheid, humor en slim ontwerp zal komen. Dutch Design is inmiddels een vergaarbak voor vrijwel alles wat uit Nederland komt. Niet alleen de artistieke fine fleur van het design doen het internationaal goed, ook Philips en bureaus als Well Design en Flex/Innovation Lab winnen overal prijzen. Een kinderwagenfabrikant als Bugaboo profiteert ervan, en zelfs Aad Ouborg, maker van huishoudapparatuur zet er fors op in. En wie nog een linoleumvloer zoekt, heeft bij Forbo keuze uit de complete topvijf van het Dutch Design. Maar hoe groot is de toegevoegde waarde van design voor onze economie? Dat blijkt onmogelijk te becijferen.



## 'We hebben besloten dat Nederland GEEN STOELTJESLAND IS'

over de creativiteit van Amsterdam (zie kader op pagina 36). Dan is er nog de mede door hem opgerichte Club van Twaalf, waarin Wanders met elf andere succesvolle creatieven als architect Ben van Berkel, modeontwerperduo Viktor & Rolf en Hyves-oprichter Raymond Spanjar meedenkt over de toekomst van de stad. "Als we iets willen met de creatieve stad, kan het interessant zijn visie te krijgen van mensen die zelfstandig in staat zijn die creativiteit om te zetten in business." Uit de Club komen grootse ideeën, zoals een enorm gebouw in de vorm van een windmolen, maar verwacht ook concrete aanbevelingen over dienstverlening en onderwijs.

Dat is na hotels en eilanden misschien nog een grotere uitdaging voor een topdesigner: hoe voeg je vanuit je vak waarde toe, die de omzet uit stoelen, lampen en interieurontwerpen ontstijgt? "De creatieve industrie is in het Innovatieplatform benoemd tot een van de zeven speerpunten van de Nederlandse economie. Ik vind het een feestje dat overheden en zakenmensen zoveel vertrouwen hebben in mensen zoals ik, maar ik zou het liever omdraaien. Zo'n sleutelgebied komt voort uit de gedachte dat de politiek en samenleving iets kunnen doen voor de creatieve industrie. Dat is lief bedoeld, maar de vraag is eerder: wat kunnen wij doen voor de samenleving?"

"Extra subsidie voor de

creatieve sector betekent niet dat het morgen beter gaat met het land. De creatieve industrie is bezig met spelletjes maken, stoeltjes maken en allerlei andere creatieve uitingen. Maar we hebben al lang geleden besloten dat Nederland geen stoeltjesland is. We maken daar niet enorme omzet mee. We zouden als zevende speerpunt ons moeten bemoeien met die andere zes sleutelgebieden. Daar kunnen wij belangrijke waarde toevoegen."

Zo'n fundamenteel onderscheid tussen de creativiteit waarmee R&D-afdelingen innoveren en zijn vak is er misschien niet. "Een creatief in een chemisch lab gooien, dat heeft geen zin. Maar als je elkaar twee jaar lang kunt

informerend, kun je vast van elkaar leren." Binnen de andere sectoren die het Innovatieplatform als kansrijk heeft gebrandmerkt, worden ook businessplannen bedacht. Waarom zouden daar niet wat creatieven naar kunnen kijken? "Ik vind het leuk niet de hele dag stoeltjes te tekenen, maar dingen te doen die ik nog niet kan. Ik werk en lees me in. In elke situatie kom ik met gedachten die vernieuwend zijn."

"Er moet een manier zijn om creativiteit een plek te geven waar waarde kan ontstaan. Ik ben er veel over aan het nadenken hoe je dat kunt vormgeven. Daar ben ik nog niet uit. Maar aan de andere kant: wij zijn mafkezen, dat moet ook blijven." ❧

[ PHILIPBUETERS@REEDBUSINESS.NL ]

### Wanders' vastgoed

Jaren geleden stapte Marcel Wanders samen met Peter Lute van het gelijknamige restaurant in Oudekerk aan de Amstel in Lute Suites. Een rij huizen aan de Amstel werd verbouwd tot logeeradres zonder weerga. Nadat hij in 2007 samen met Paul Geertman van Aedes Real Estate miljoenen investeerde in de aankoop en herontwikkeling van het Westerhuis, een schoolgebouw aan de Westerstraat in Amsterdam, hebben zij ook de volumineuze voormalige openbare bibliotheek aan de Prinsengracht gekocht. Onder de projectnaam Kastor & Pollux hebben Wanders en Geertman een topklasse hotel in gedachten, gecombineerd met kantoorruimte en een galerie die de grootste vitrine ter wereld is. Vaststaat: dit krijgt de vrolijke grandeur waar Wanders patent op heeft. "Het wordt geen *sleep-in* maar een high-end hotel waarin allerlei creatieve functies bij elkaar komen. Dat wordt echt heel gaaf." Crisis? "Tegen de stroom in werken is het leukste. Als je klaar bent met zo'n hotel, ben je straks de enige en is je positie goed. Als we allemaal doen wat we voelen tijdens zo'n crisis komen we er niet uit. Ik denk dat we ook vertrouwen moeten hebben in de samenleving en dat moeten omzetten in daden."



Puur Dutch Design van Princess. Aad Ouborg lift mee op de faam van polderontwerp.

#### DUTCH DESIGN *vervolg pagina 38* >

De meest recente, en zuinige, schatting gaf in juni SenterNovem, die uitgaat van nauwelijks 4.000 industrieel ontwerpers, de meeste werkzaam bij grotere bedrijven.

Samen zijn ze goed voor ten minste 232 miljoen aan omzet. Eerder veegde TNO product- en communicatieontwerpers op een hoop, en kwam tot een toegevoegde waarde van 2,6 miljard.

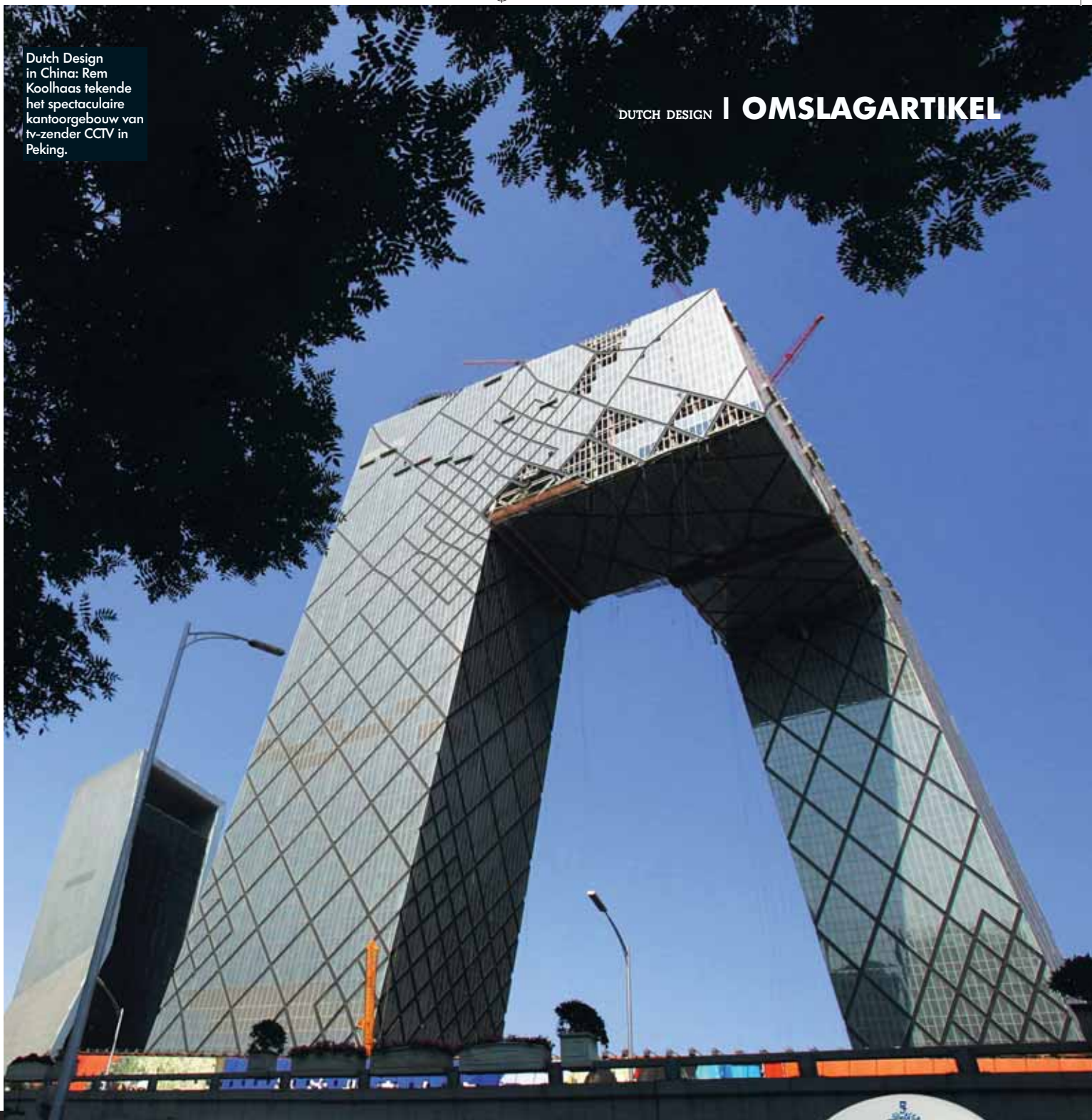
In het ene extreme geval is de industrieel ontwerper een kunstenaar die autonoom opereert. Dat levert geen economische waarde op, maar is wel goed voor de reputatie van Nederland. Aan de andere

kant van het spectrum zorgt een ontwerper voor een product, waarmee zijn werkgever de concurrentiekracht stuwt. Ook het effect van dergelijke niet-technologische innovatie valt niet te kwantificeren.

Wel duidelijk is dat het belang van goed ontwerp blijft groeien en van groter strategisch belang wordt. Vooral in het Westen ontwikkelen verzadigde markten zich als beleveniseconomie, waarin een apart uiterlijk tot consumptie moet verleiden.

Inmiddels hebben ook beleidsmakers de designwereld, en meer in den brede de creatieve industrie, ontdekt. Graag verwijzen ze naar het boek *Rise of the Creative Class*, waarin de Amerikaan Richard

Dutch Design  
in China: Rem  
Koolhaas tekende  
het spectaculaire  
kantoorgebouw van  
tv-zender CCTV in  
Peking.



## DUTCH DESIGN IS EEN VERGAARBAK VOOR ALLES WAT UIT NEDERLAND KOMT

Florida uitlegt hoe vruchtbaar de aanwezigheid van creatieven kan zijn voor de hele economie. Er kwamen onderzoeken, subsidieprogramma's en de creatieve industrie werd zelfs verheven tot sleutelgebied door het Innovatieplatform. Begin dit jaar stelde

Ad Scheepbouwer echter vast dat het sleutelgebied niet zo goed uit de verf komt. De sector is hopeloos versplinterd en verdeeld en mist regie van boven. De ministeries van EZ en OCW doen intussen hun best en besteden jaarlijks een miljoen euro aan het platform Dutch Design, Fashion and Architecture. Dat zet de Nederlandse ontwerpers op de kaart in industrielanden als China, India en Duitsland. In december toog EZ-staatssecretaris Frank Heemskerk nog naar een designbeurs in Hongkong, met in zijn kielzog 300 creatieven. Binnenkort nodigt hij vijftien designbureaus uit voor een Dutch Design Delegation naar Mumbai.



Oud ontmoet nieuw:  
Piet Hein Eek ontwierp  
een bordencollectie  
voor Royal Delft.