



Vlaanderen
verbeelding werkt



VELDVERKENNING VORMGEVING

DEPARTEMENT
CULTUUR, JEUGD & MEDIA

cjm.vlaanderen.be

////////////////////////////////////

VELDVERKENNING

VORMGEVING

**Sectoronderzoek in opdracht van de
Vlaamse overheid, Departement
Cultuur, Jeugd en Media / 19.07.2019**

////////////////////////////////////



COLOFON

De publicatie 'Veldverkenning Vormgeving' is een uitgave van het Departement Cultuur, Jeugd en Media.

Opdrachtnemer Zsuzsanna Böröcz

Auteurs Zsuzsanna Böröcz en Annelies Thoelen

Coverbeeld Covers van de reeks Subjectieve Atlassen - copyright Annelys Devet

Verantwoordelijke uitgever Luc Delrue

Wettelijk depotnummer: D/2019/3241/304



INLEIDING: VELDVERKENNING VORMGEVING VLAANDEREN

De belangrijkste **aanleiding** voor deze opdracht is het ontbreken van een steunpunt dat zich specifiek bezighoudt met de kennisopbouw over en de praktijkontwikkeling van het vormgevingsveld in Vlaanderen, en die het hoofdstuk over design in de Landschapstekening Kunsten zou kunnen verzorgen. Het **hoofddoel** van deze oefening is het volledige vormgevingslandschap in Vlaanderen met de huidige actoren en initiatieven te beschrijven, te bespreken en te analyseren, ook vanuit internationaal perspectief, om op die manier een beeld te schetsen van het huidige designbeleid alsook suggesties te formuleren voor een meer performant designveld. Tot op heden werd het vormgevingsveld in Vlaanderen nog niet in kaart gebracht, waardoor dit schrijven in opdracht van het departement CJM een eerste oefening vormt om dit hiaat te verhelpen.

Het vormgevingsveld is erg breed. Omdat er in het Vlaamse kunstenlandschap geen steunpunt is dat vormgeving tot zijn takenpakket rekent, werd er in 2014 geen Landschapstekening gemaakt van deze sector. Aangezien er echter wel subsidies verstrekt worden aan de discipline, vormt dit een lacune voor het beleid.

In deze eerste aanzet tot een overzicht van het designveld, hebben de auteurs, om redenen die hierna duidelijk zullen worden, de vrijheid genomen om de grenzen tussen de culturele sfeer en andere velden niet al te strikt op te vatten. Waar het zinvol was om de Landschapstekening Architectuurcultuur te focussen op de architectuurcultuur in contrast met de bredere bouwcultuur, is een gelijkaardig onderscheid weinig zinvol in de context van dit overzicht.

Wat volgt omvat **twee oefeningen: deel 1 'Actoren en trends'** beschrijft en analyseert de actoren en de trends aanwezig in het veld, **deel 2 'Landschapskwesties'** weidt verder uit over en gaat dieper in op de volle draagwijdte van designcultuur.

1 ACTOREN EN TRENDS

– Zsuzsanna Böröcz

Vertrekpunt voor het eerste deel is een lijst van te behandelen onderwerpen, goedgekeurd door het Departement CJM. De gebruikte informatiebronnen voor dit deel zijn vooral websites, bestaande teksten van Annelies Thoelen en Design Vlaanderen, verschillende artikels door design specialisten zoals Javier Gimeno-Martínez en Fredie Floré (telkens aangegeven) en een aantal informele gesprekken.

1.1 VORMGEVING IN AL ZIJN DIVERSITEIT: OVER PRAKTIJK, BELEID EN PROFESSIONALISERING IN DE SECTOR

1.1.1 Vormgeving: een creatieve sector en een manier van denken

Wanneer we over het landschap van de ‘vormgeving’ spreken, bevinden we ons op het gebied van de creatieve industrieën. Sinds 2010 berekent het kenniscentrum FlandersDC de economische impact van het gebied, het aantal betrokkenen, de omzet en toegevoegde waarde [1]. Volgens het onderzoeksrapport van 2015 vertegenwoordigen de creatieve industrieën in Vlaanderen 2,7 % en rond 13% van het bbp van alle zelfstandigen. Dit is een groter aandeel dan de automobielsector, de landbouw of de visserij [2]. De creatieve industrieën groeien sneller dan de ‘traditionele industrieën’ en dit niet louter qua omzet. Ook hun toegevoegde waarde blijft stijgen. Deze groei van en de interesse in de ‘creatieve industrieën’ is gekomen dankzij de impact van deze organisaties op de waarden, gedrag en de levensstijl van de samenleving [3].

Vanuit Europa wordt ingezet op innovatie en een participatieve kennismaatschappij om de concurrentiekracht van het continent te bewaren. In deze context heeft ook de creatieve sector in Vlaanderen behoefte aan een gedegen beleid met aandacht voor de eigen specificiteit.

De definitie van de **Creatieve Industrieën** wordt in Vlaanderen als volgt geformuleerd:

*‘Het geheel van sectoren en activiteiten die een beroep doen op de **input van menselijke creativiteit** voor de creatie van economische, symbolische en maatschappelijke meerwaarde, opgedeeld volgens verschillende stadia van de waardeketen (creatie, productie, uitgave en exploitatie, verspreiding en consumptie), en die bijdragen aan de uitbreiding van het **‘creatieve voordeel’** in Vlaanderen’ (FlandersDC, 2011).*

De 'creatieve input' van de ontwerper als eerste schakel is de schepping die doorheen de keten omgezet wordt in symbolische meerwaarde die uiteindelijk bij de consument terecht komt. De 'creatie en exploitatie' van deze symbolische waarde staat centraal. Belangrijk is dat de scheppende schakel losstaat van de rest van de keten terwijl het juist die creatieve input is die in grote mate de uitkomst van het proces bepaalt. De term 'creatief voordeel' verwijst naar het concurrentievoordeel dat Vlaanderen kan nastreven door in te zetten op creativiteit als belangrijke inputfactor voor innovatieve en maatschappelijke ontwikkeling.

De Creatieve Industrieën worden in Vlaanderen ingedeeld in twaalf sectoren: mode - muziek - design - architectuur - communicatie, pr & reclame - gedrukte media - beeldende kunst - gaming - nieuwe media - podiumkunsten - cultureel erfgoed & patrimonium - de audiovisuele sector. De creatieve industrieën zijn dus een geheel van sectoren waaronder ook **vormgeving of design** sorteert.

Het is noodzakelijk om de sector van de vormgeving in Vlaanderen in kaart te brengen om ervoor te kunnen zorgen dat ze volwaardig vertegenwoordigd wordt op beleidsniveau. Deze sector heeft immers een enorme toepasbaarheid in heel veel domeinen van de maatschappij en daarmee ook een grote potentie van groei. Om de sector efficiënt te kunnen ondersteunen is een uitgewerkt en geïntegreerd designbeleid onontbeerlijk.

Vormgeving of design vormt een eigen cultuurgebied (Design Culture) en behoort naast kunstgeschiedenis en de visuele culturen tot de groep van materiële culturen (Material Culture). Designcultuur kan benaderd worden via de vorm, de betekenis en de functie van haar artefacten en diensten, die op hun beurt (meerdere) waarden genereren.

1.1.2 Wat is vormgeving?

Vooraleer naar een sector te kunnen kijken, dient men die te kunnen afbakenen of definiëren. Design of vormgeving als discipline laat zich echter niet eenvoudig definiëren (Terence Love 2002). Toch is het essentieel om een poging te doen. Zelfs de term 'design' is sinds de jaren 1990 omstreden omwille van de connotatie met high-end producten met elitaire bijklank. Om die reden leek het begrip 'vormgeving' neutraler. Tegenwoordig echter worden beide opnieuw en door elkaar gebruikt. Ook 'ontwerp' wordt vaak gebruikt.

De misschien meest bekende (en beruchte) duiding van design op internationaal niveau is de definitie van **John Heskett** die klinkt als volgt:

Design is when designers design a design to produce a design [4].

Algemeen geformuleerd is design de veruitwendiging van een geijkte methode die verweven zit in vele dagdagelijkse producten én diensten. Slimme samenwerkingen leiden tot innovatieve businessideeën en nieuwe rollen voor producten, consumenten en designers zelf. Deze alomtegenwoordigheid zorgt bij het merendeel van de toepassingen voor vertrouwdheid. Hoewel de bijdrage van vormgeving vaak onzichtbaar blijft, verbetert het de levenskwaliteit en ecologische voetafdruk, transformeert het het industriële weefsel, maakt het functioneren mogelijk en pakt het maatschappelijke uitdagingen aan [8].

Vormgeving is dus een constante in het dagdagelijkse leven waarmee het in dialoog staat. Juist daarom moet de design sector gekoesterd en ondersteund worden, omdat hij de mogelijkheid in zich draagt het leven van alledag te verbeteren.

1.1.3 Wat is de economische, culturele en maatschappelijke potentie van design?

De draagwijdte en impact van design op de **economie** is zeer groot. Eerdere publicaties maakten duidelijk dat de designsector banen biedt voor alle lagen en sectoren van de maatschappij met een belangrijk deel in het onderwijs [9]. Vlaanderen telt maar liefst 26 designopleidingen aan universiteiten en hogescholen. Deze banen zijn niet verplaatsbaar naar lage loonlanden en blijken ingebed in motiverende werkomgevingen. Bovendien wijzen cijfers uit 2015 erop dat werknemers in de design sector 41% productiever zouden zijn dan in een gemiddelde onderneming [10]. Dit kan tellen in een systeem waarin groei bezorgdheid nummer één is.

Deze hoge cijfers kunnen verklaard worden door het brede toepassingsgebied van de discipline vormgeving, dat op zijn beurt ook een grote **maatschappelijke meerwaarde** genereert. Designprincipes en -methodieken zijn immers verplaatsbaar naar andere domeinen, zoals het woonbeleid, arbeidsomstandigheden, het benutten van publieke ruimtes of het verbeteren van levenskwaliteit. Het toepassingsgebied van design blijft niet steken in het ontwerpen van gebruiksvoorwerpen maar kan ook antwoorden bieden op complexe maatschappelijke uitdagingen, de zogenaamde *wicked problems*, op het gebied van mobiliteit, klimaatverandering, verstedelijking en *smart cities*, energie- en afvalbeheer. Design thinking bezit capaciteiten die kunnen ingezet worden voor creatief en disruptief denken maar ook voor strategieën om toenadering te zoeken bij partijen, wat dan weer gemeenschapsbevorderend kan werken. De vormgever kan dan dergelijke complexiteiten ook visueel inzichtelijk en dus snel toegankelijk maken.

In onze consumptiemaatschappij zijn de producten waarmee we ons omringen primordiaal voor onze identiteit, onze levensstijl, onze ‘manieren van doen’. De rol die objecten spelen in **onze cultuur** is afhankelijk van hun waarde, hun design-kwaliteit gehalte. Dit zijn niet of nauwelijks kwantificeerbare waarden zoals creativiteit, inventiviteit, artistieke, emotionaliteit, sociabiliteit, vakmanschap, kritiek, esthetiek, humor, communicatie, enz. Deze waarden overstijgen het functionele en zijn gemeenschapsvormend.

1.1.4 Zijn we er bewust van hoe design zich uitstrekt over diverse domeinen?

Het domein van design is transdisciplinair en laat zich niet gemakkelijk definiëren binnen één enkel vakgebied. Design opereert in een uitgestrekte en veelzijdig gespecialiseerde wereld met sub-circuits. Hoewel deze netwerken, zoals bv. de grafische sector, het netwerk van de ambachtelijke keramisten of die van de productontwikkelaars, verenigd worden door hun design thinking worden ze vaak enkel erkend in hun vertrouwde omgeving. Het is nochtans belangrijk dat deze sectoren onder de noemer van design erkend worden voor hun innovatieve potentieel dat strategisch gebundeld beter kan worden ingezet voor de samenleving.

Design is een jonge wetenschappelijke discipline en daardoor minder vertrouwd dan bijvoorbeeld geschiedschrijving of ingenieurswetenschappen. Het is dan ook relevant om de meerwaarde, die achter het veelzijdige en niet altijd meteen zichtbare karakter van design schuilgaat, bekend te maken bij het grote publiek. Naast de vormelijke en zichtbare buitenkant opereert design net ook innovatief in het procesmatige, onzichtbare dat eraan voorafgaat.



1.2 OMGEVINGSANALYSE

Design Ecosystem Vlaanderen, september 2015 (opgesteld door Design Vlaanderen, i.h.k.v. het SEE project voor de Europese Commissie)



1.3 LANDSCHAP VORMGEVING: ACTOREN, OVERHEID, STEUNPUNTEN, ONDERWIJS

1.3.1 Actoren

1.3.1.1 **Designregio Kortrijk**

Designregio Kortrijk werd in 2005 gesticht als een vzw op initiatief van toenmalig burgemeester Stefaan De Clerck (CD&V). Het doel was design als hefboom te gebruiken voor economische ontwikkeling in en rond Kortrijk. Het vormt een samenwerkingsverband tussen *Biënnale Interieur*, *Stad Kortrijk*, *Howest* (Hogeschool West-Vlaanderen), *Intercommunale Leiedag* en *VOKa West-Vlaanderen*.

Tot op heden vormt deze associatie een platform voor creativiteit, innovatie en ondernemerschap en organiseert het projecten rond dit axioma. Van in het begin werd gestreefd naar een evenwaardige bijdrage van bedrijven en ontwerpers en naar aandacht richten op de recente producten uit de regio. Designregio Kortrijk is dus een spilfiguur in een netwerk van bedrijven, ontwerpers, onderwijs en publieke ruimte. De focus ligt op het stimuleren, inspireren met goede praktijken en partners samenbrengen, en de uitstraling van de regio zowel nationaal als internationaal verhogen. Actieradius zijn de domeinen vormgeving, onderwijs en publieke ruimte, waar bevlogen ondernemerschap samen met goed ontwerp wordt ingezet om zo de ontwikkeling en groei van de regio te stimuleren. Voorzitter van de Raad van Bestuur is momenteel Dominiek Callewier (zaakvoerder AVC), coördinator Stijn Debaillie.

Designregio Kortrijk organiseert een twintigtal projecten voor ondernemers, studenten en ontwerpers. Enkele voorbeelden ter illustratie. 5X5 is een door Designregio Kortrijk gecreëerd concept op initiatief van Marc Dubois. Sinds 2005 brengt 5X5® op regelmatige basis vijf bedrijven met vijf ontwerpers samen om gedurende een jaar nieuw werk te ontwikkelen. Dit is een voorbeeld van hoe economie en creativiteit de krachten kunnen bundelen, waarbij niet alleen op productniveau maar ook over bedrijfsprocessen of een dienst nagedacht wordt met als doel verbeteringen te genereren op langere termijn. Het nieuwe product, proces of dienst dat zo ontstaat wordt voorgesteld op de Biënnale INTERIEUR. Het concept 5X5® is als merk geregistreerd binnen de Benelux. Als een vorm van creatief **innoveren** geniet 5X5® steun en middelen uit Vlaanderen en Europa.

Kort na 5X5® volgde **DesignX50**. Sinds 2006 worden om de twee of drie jaar de beste 50 voorbeelden uit het vormgeverslandschap in de brede omgeving van Kortrijk gebundeld en verspreid in de vorm van een boek. Het geselecteerde design werd telkens in de regio ontwikkeld en gecommercialiseerd. De diversiteit van de voorbeelden die door de jaren heen werden geselecteerd tonen de verbreding van de discipline. Dankzij de gebruikte drie talen, Nederlands, Frans en Engels, zijn deze boeken ook over de grens een paradepaardje voor de regio.



Meer recent, sinds 2014, inspireert Designregio Kortrijk jonge ontwerpers en het publiek door jong afgestudeerde designers tijdens het laatste kwartaal van het jaar de mogelijkheid te bieden om een concept te ontwikkelen. Bij deze Designers in Residence wordt een groot thema ingezet om uit de hele wereld geselecteerde jonge vormgevers te laten experimenteren met ruimte(s) waarbij interactie wordt uitgelokt tussen diverse groepen van de maatschappij zoals ondernemers, het onderwijs of de burger in het algemeen. De ontwerpers verblijven op locatie in de Budafabriek en Budalab Open Makerspace. De werkvorm is een open atelier waar maken, leren, uitdagen en inspireren gecombineerd wordt met uitwisseling en ontmoetingen. Over sectorale of disciplinaire grenzen heen wordt er gecreëerd en naar synergiën gezocht.

Connecteren is naast organiseren, innoveren en inspireren het vierde luik waar Designregio Kortrijk wil op inzetten. Vormgevers die zich hetzij op producten, diensten, grafiek, juwelenontwerp, interieurarchitectuur, mode, gaming, fotografie of bewegende beelden richten, worden aangemoedigd om in één groot netwerk te stappen. Designregio Kortrijk verbindt 13 steden en gemeenten en bundelt de krachten om mogelijkheden te scheppen voor groei via creativiteit en vormgeving. Sinds 2017 vormt het ook deel van het UNESCO Creative Cities Network dat op basis van creativiteit duurzame ontwikkeling wil behartigen. UNESCO Creative Cities Network heeft vergelijkbare doeleinden als Designregio Kortrijk en wenst daarnaast ook expliciet een verbetering van het culturele leven met aandacht voor het betrekken van kwetsbare groepen.

Biënnale Interieur is een van de vijf partners van Designregio Kortrijk en misschien het meest uitgesproken actief op het gebied van vormgeving. De Biënnale Interieur van Kortrijk is een vzw en werd in 1967 opgericht met de ambitie om uitsluitend eigentijds design bestemd voor de woning aan een breed publiek te tonen. De droom was om specifieke ruimtes te ontwerpen met een persoonlijke sfeer zonder rekening te houden met hoe in die tijd design getoond werd. Geworteld in het tijdperk van studenten- en arbeidersprotesten in de late jaren 1960 wilden de oprichters de meest recent ontwikkelde creativiteit tonen bedoeld voor eigentijdse interieurs en tegelijk een breed gedragen debat ontketenen over de capaciteiten van design om bij te dragen aan een betere wereld. Dit was ook de reden waarom er van in het begin gekozen werd voor een vzw. Het succes van de formule bewees de behoefte aan een dergelijk concept. De Biënnale Interieur is uitgegroeid tot een internationaal evenement met interesse van de internationale pers en de grote designmerken, en kan een mooie omzet en bezoekers- deelnemerscijfers voorleggen. De 25ste Biënnale werd in 2016 georganiseerd. Met de jaren werden er begeleidende culturele nevenevenementen toegevoegd zoals het uitnodigen van een beroemde eregast (zoals Raymond Loewy in 1970, Verner Panton in 1974, Philippe Starck in 1986, Junya Ishigami in 2010, etc.) of soms meerdere en het oprichten van de Interieur Awards in 1972. Debatten, lezingen en het werken met een curator van naam gingen deel vormen van het geheel.

De Biënnales hebben altijd de liaison van het commerciële en het culturele nagestreefd. Deze symbiose was toen nieuw maar leek al gauw cruciaal. Het bewees de intuïtie dat het verschil tussen een



vormgegeven meubelstuk en een doorsnee tafel vaak juist ligt in het feit dat design leeft waar het commerciële spel van vraag en aanbod samenkomt met de laatste ontwikkelingen in een reeks van sectoren. En deze sectoren hebben op hun beurt vaak hun wortels in de wereld van cultuur en humane wetenschappen.

De Biënnale Interieur heeft in 1994 de European Community Design Prize en in 2008 de European DME Design Management Prize gewonnen, en daarmee meteen ook een wereldwijde erkenning. Het succes is te wijten aan een aantal factoren zoals het toepassen van strikte kwalitatieve selectiecriteria voor de kandidaten maar ook het feit dat de inrichting telkens toevertrouwd wordt aan een architect en de coördinatie aan een design criticus. Ook het begeleidende grafisch werk werd, net als het concept, bij elke uitgave veranderd. In 2012 was de curator voor het eerst zelf een ontwerper. De visie van industrieel ontwerper Lowie Vermeersch, de toen nieuw benoemde voorzitter, om design als een instrument in te zetten om een unieke ervaring te creëren voor de bezoeker bij de 23ste uitgave leidde tot een sterke identiteit en scenografie van die uitgave en bracht 84.000 bezoekers op de been.

Gestart met één ruimte van 4.000 m2 groeiden de Kortrijk Xpo's uit tot zes tentoonstellingsruimtes van in totaal 40.000 m2 met een nieuwe ruimte, de Rambla, die in 1999 werd toegevoegd. Zelfs deze groei laat niet toe om elke kwaliteitsvolle kandidaat te weerhouden. De selectie van het beste meubeldesign wordt op een eerder kleine site getoond, zodat er voldoende ruimte vrij blijft om bijna alle leidende innovaties op één plek en één dag te bezichtigen, wat een meerwaarde biedt voor de bezoeker en een publiek succes verzekert.

Sedert 2012 wordt ook de **stad Kortrijk** betrokken. Het Buda Eiland, die het culturele hart van de stad vormt, toont een geïntegreerd programma met tentoonstellingen en installaties. De twee locaties worden met een shuttledienst verbonden. Het initiële programma met een evenwichtige balans tussen het commerciële en cultuur werd behouden. Er wordt bewust niet toegegeven aan een verdere commerciële expansie, maar er wordt ingezet op een beter begrip van de markt, er wordt telkens geëvalueerd en zorg gedragen voor het cliënteel. Zo werd de duur van het evenement in 2018 ingekort tot vijf dagen in plaats van de vroegere tien of nieuwe experimenten geïntroduceerd zoals bijvoorbeeld de transformatie van het leegstaande Sint-Maartenziekenhuis door jonge ontwerpers tot een designshop.

De rol van de stad Kortrijk bij het oprichten van de Designregio Kortrijk is onmiskenbaar. De stad werd gesteund door de volgende partners. **Howest**, Hogeschool West-Vlaanderen, die een brede waaier van bacheloropleidingen aanbiedt op campussen in Brugge en Kortrijk. Haar missie is om inzetbare professionals op te leiden. In het aanbod vindt men opleidingen direct verbonden met de wereld van vormgeving zoals Digital Arts and Entertainment, Digital Design and Development (DEVINE) en Industrieel Productontwerpen. De Intercommunale **Leiedal** is een intergemeentelijk samenwerkingsverband dat de socio-economische en ruimtelijke ontwikkeling van 13 gemeenten in en rond het arrondissement Kortrijk begeleidt en actief is op een brede waaier van werkdomeinen met de focus op ondernemen en ontwikkelen, ruimte en leefomgeving en de relatie van de mens in de samenleving. Het zet ook sterk in



voor het uitbouwen van samenwerkingsverbanden. **Voka-West-Vlaanderen**, de Kamer van Koophandel van de regio, adviseert op de eerste plaats ondernemers en behartigt hun belangen maar informeert hen ook door gerichte activiteiten te organiseren.

1.3.1.2 Ministry of Makers

Ministry of Makers (MoM) opereert rond design thinking. Dit design platform werd in 2013 opgericht met het doel om inzicht en bewustwording te bewerkstelligen in diverse aspecten van 'creatief en innovatief ondernemen'. Op die manier kan het ondernemerschap in Gent en Oost-Vlaanderen verstevigd worden, rekening houdend met het snel veranderend economisch en maatschappelijk landschap. Met een economisch doel voor een creatiever en sterker ondernemerschap dat werkt met oplossingsgerichte, vernieuwende producten en diensten, wil MoM ontwerpers begeleiden om inzicht te verwerven in methodologieën die hen helpen omgaan met het bedrijfsleven. De inzet is de mogelijke positieve werking van designers op het bestuur van bedrijven. Hiervoor worden acties opgezet die als doel hebben een wisselwerking tussen de creatieve vormgever en de traditionele sectoren uit te bouwen en zo tot innovatieve businessmodellen en design-tools te komen. Het creatieve talent dient gelinkt te worden aan alle sectoren van hoger onderwijs, industrie, het beleid en ook de burgermaatschappij en de media.

Het geloof in de kracht van design thinking, dat wil zeggen innovatieve oplossingen eveneens voor *wicked problems*, wordt ingezet voor economische groei en jobcreatie in de regio. MoM helpt de culturele en creatieve sector in actie komen voor een betere kennisvalorisatie, in de functie van drijvende kracht achter processen, dankzij de gave om nieuwe en andere combinaties en innovatieve businessmodellen te initiëren. Zo draagt MoM bij aan een concurrentiëler bedrijfsklimaat.

MoM zet zich ook in voor de sociale economie van Gent zoals bijvoorbeeld met het project 'Sociaal Gemaakt' dat in 2017 van start ging en waarbij sociale economiebedrijven samenwerken met designers om zo sociale tewerkstelling op lange termijn te kunnen aanbieden. Dit is een pilotproject voor het vervaardigen van voorwerpen met een uniek karakter dat wordt begeleid door het ontwerp bureau Parsprototo. Maar even goed werken ze ook aan businessmodellen voor de zorg van de toekomst of houden ze infosessies over Design Thinking en co-creatie voor startende ondernemers. Deze kennis gaat onder andere terug op een studie die in 2015 werd gepubliceerd met de titel 'Parts Without a Whole? – The Current State of Design Thinking Practice in Organazations' [11], die MoM gebruikt als uitgangspunt en werkdocument. Hierin werd gekeken hoe ondernemingen design thinking toepassen. Daarbij werden linken gelegd tussen vier begrippen – principes, praktijken, mindsets en technieken – om zo specifieke positieve en eventueel negatieve effecten van design denken beter te doorgronden. Op de website is er ook een aparte link genaamd 'Calls', direct gericht naar ontwerpers die zelf ook 'calls' kunnen medelen en zo verspreiden.

Sinds 1 september 2016 werkt de Ministry of Makers met de oproep 'Kennis over en implementatie van innovatieve bedrijfsmodellen bij kmo's verbeteren' als partner in een EFRO-project (Europese Fonds voor

////////////////////////////////////

Regionale Ontwikkeling) dat nog tot augustus 2019 loopt. Het doel is een 'organische, duurzame en toekomstgerichte kruisbestuiving te doen ontstaan die leidt tot oplossingsgerichte, vernieuwende producten en diensten' om zo de economie van Oost-Vlaanderen 'innovatiever, creatiever en sterker' te maken. Instrumenten hiervoor zijn bewustwording aanwakkeren van de mogelijkheden van design thinking wanneer die als een mindset erkend wordt. Netwerking en participatief handelen tussen de traditionele sectoren en de Culturele en Creatieve Sector wordt geïnitieerd met een faciliterende rol van kennisinstellingen en werkveldorganisaties. Van deze co-creatietrajecten worden zowel processen, resultaten als conclusies en kritische reflectie gedeeld op de website. Deze online rapportering schept 'community ownership', die op zijn beurt betrokkenheid, deelname en interactie stimuleert.

MoM is ingebed in een samenwerkingsverband. Vergelijkbaar met Designregio Kortrijk, werd in Oost-Vlaanderen op 10 maart 2014 de vzw Designplatform Gent Oost-Vlaanderen opgericht met partners de Stad Gent, de Provincie en de Hogeschool Gent om op regionaal niveau expertise te bundelen. Het Designplatform Gent Oost-Vlaanderen is de promotor van het EFRO-project met als copromotors de Stad Gent, AGSA, UGent, HoGent. Co-financiers van MoM zijn de provincie Oost-Vlaanderen en de Stad Aalst. Partners op Vlaams niveau zijn FlandersDC, FlandersInShape en de OVAM en vanuit de regio's Designregio Kortrijk, Innovatie & Design Euregio uit Limburg en Antwerp.Powered.by.Creatives uit Antwerpen.

Creatief Directeur is sinds 2013 Saskia Westerduin, iemand met jarenlange ervaring in de wereld van communicatie, marketing en design. Ze heeft een holistische blik op vormgeving, die ze inzet als strategisch designmanager én designer. De innovatieprocessen die ze bedenkt wortelen in design thinking. Ze is tevens verbonden aan KASK/School of Arts Hogeschool Gent.

1.3.1.3 Design Center De Winkelhaak – House of C

Design Center De Winkelhaak – House of C is op het eerste zicht een Antwerps co-workplace met de slogan *Let's Work Together*, maar het is veel meer dan dat. Men werkt rond een meervoudig doel: de buurt opwaarderen, creatieve jonge ondernemers een werkplaats en begeleiding aanbieden, sociale projecten opzetten, en dit alles in een interessante nieuwbouw architectuur met een design shop en een café. Bovendien huisvest De Winkelhaak ook nog een bibliotheek voor innovatieve materialen. Gesitueerd in de Antwerpse stationswijk, op een steenworp van de Zoo en het Astrid-plein, verhuurt deze centraal gelegen 'creatieve incubator' ateliers en diensten aan architecten en freelance ontwerpers en diverse zalen voor vergaderingen, samenkomsten of evenementen. Door innovatief ondernemerschap neer te poten in deze buurt, werkt het ook mee aan de herwaardering van Antwerpen-Noord. Ontworpen door Group Archo architecten, genoot het bouwproject de steun van Europa, de Vlaamse Gemeenschap, de stad en privé-investeerders. Voor de dagelijkse werking is De Winkelhaak financieel onafhankelijk.

Hier een eigen of gedeeld kantoor huren betekent ook kennis en contacten delen met de gemeenschap van huurders. Er is plaats voor een 30-tal (startende) bedrijven, die dankzij de omkadering tot stabiele en ondernemende kmo's kunnen uitgroeien. De Winkelhaak biedt ook diensten aan zoals internet, telefoon

20^{ste} eeuw richt het museum zich volledig op de 20^{ste} en de 21^{ste} eeuw. De focus is tot op heden het bredere industrieel en artistiek design die het museum een internationale uitstraling verlenen[12].

Design Museum Gent bezit 22.500 objecten van Belgische en buitenlandse ontwerpers en producenten waarvan een mooi deel art nouveau en art deco. Bij de huidige aankooppolitiek van het museum wordt aandacht besteed aan Belgisch design vanaf 1830 met het doel om representatieve en iconische stukken in het bezit te hebben. Daarnaast wordt gezocht naar ontwerpers en producenten uit het buitenland die invloed hadden op de Belgische materiële cultuur en aankoopgedrag in het land. Het uitgangspunt is wonen en design met aandacht voor huishoudelijke apparaten, meubels, interieurtextiel en verlichting. De interesse voor artistiek design en kunstambachten uit het verleden werd daarbij niet verlaten. Internationale stukken krijgen een plaats in de collectie bij wijze van illustratie van de tijdgeest en referentiekader voor de stukken uit eigen land. Het museum is bewust bezig om de aandacht te trekken op alle aspecten van design die in de laatste jaren onder meer dankzij de groeiende interesse in design als discipline hoe langer hoe meer duiding krijgt. Met de kortfilm 'The Unchosen' [13] van Alexandre Humbert die op de website van het museum staat, wordt met een poëtische blik de veelzijdige karakter van 'design' duidelijk waartoe ook alledaagse gebruiksvoorwerpen horen.

In de verlengde van het vorige is de missie van het museum onder de huidige leiding van Katrien Laporte een bewustwording te bewerkstelligen welke impact design wel niet heeft op het alledaagse en de rol van niet alleen de ontwerper erin maar ook die van de producent en de consument. Voorbij het functionele wordt gewezen op de relatie tussen design en de specificiteit van een bepaalde periode en hoe die cultuur en technologie, ecologie, politiek, mobiliteit of gender kan weerspiegelen en zo een eigen verhaal verborgen houdt. Met dit inzicht wil het museum de 'Belgische designcultuur versterken en via ontwerp bredere maatschappelijk thema's als duurzaamheid, mobiliteit en intelligente technologie in de kijker zetten en welke rol design kan spelen in de toekomst'.

Toegang tot de collectie is niet uitsluitend mogelijk via een bezoek. Het museum is bezig met de digitalisering. Deze onderneming gebeurt in samenwerking met Lukas – Art in Flanders vzw en de foto's zijn te raadplegen via www.lukasweb.be. Het museum bewaart drie grote documentatiereeksen: het Nationaal Documentatiecentrum voor Kunstambachten waarvan de oorsprong teruggaat naar Expo 58, het persoonlijke ABC-klassement van Monique Bucquoye (voormalig directeur van Interieur Kortrijk), die ze vanaf de jaren 1970 bijhield, en de fotocollectie van het Belgisch Design Centre, opgericht in 1964. Private ontwerpersarchieven van Albert Van Huffel, Gaston Eysselinck, Geo Henderick, Pieter De Bruyne en Joost Maréchal worden er ook beheerd. Het Design Museum Gent is ook partner in het beheer van de nalatenschap van Maarten Van Severen.

De tentoonstellingspolitiek van het museum focust zich in de laatste jaren meer en meer op actuele thema's die met ecologie, ethische vragen of technologische kwesties door recente ontwikkelingen te maken hebben. Het museum *'wil meer zijn dan een plek waar erfgoed bewaard en getoond wordt. Design*



onderzoek, telkens gelinkt aan theoretisch, wetenschappelijk en filosofisch denken. Het doel is om via deze interdisciplinaire benadering, die gestoeld is op een bevrugende en open houding, mee te kunnen met de snel evoluerende kennis. De opgebouwde kennis die de vaak van elkaar gescheiden werelden van curatoren, kunstenaars, ontwerpers en academici samenbrengt, wordt toegankelijk gemaakt via de website. Deze holistische aanpak combineert productie, ontwikkeling, presentatie, participatie en reflectie, die in mindere of meerdere mate aanwezig zijn in de projecten.

De website van Z33 heeft ook een interactief luik waar de bezoeker aangemoedigd wordt zijn inzichten te delen en zo een dialoog doen ontstaan tussen de kennis van *peers*. Het publicatiebeleid is gekoppeld aan de onderzoekstudio's, met als doel om een relevant naslagwerk over te houden die een overzicht verschaft van het onderzoek en de eraan gekoppelde debatten, tentoonstellingen, teksten en beelden. Naast deze werkingsbasis lopen nog twee programmaluiken: 'Ontwikkelingstrajecten', bedoeld voor steun en persoonlijke begeleiding aan jong afgestudeerden en aan rijpere ontwerpers, en 'Beleidsrol' die ervoor waakt dat er kansen en ondersteuning is voor kunstenaars en vormgevers. Beide luiken lopen zowel nationaal als internationaal.

In afwachting van de verhuis in het najaar van 2019 die voor een vernieuwde en grotere uitstraling zal zorgen, zet Z33 zich in om door te groeien in deze gelaagde aanpak. Het thematische onderzoek gaat verder en wordt via een brede waaier van activiteiten gevaloriseerd zoals tentoonstellingen, symposia, publicaties, productie, workshops of met artists-in-residency's of talentenontwikkeling.

Z33 heeft een breed nationaal netwerk van partners uit de wereld van wetenschappers, het bedrijfsleven en het onderwijs. Voor de ontwikkeling van haar kennis en de presentatie ervan staan Architectuurwijzer, Cultuurplatform Design [15] en Zebracinema klaar, met wie het Hasseltse cultuurhuis kennis en expertise onder één dak groepeert. Met de opgebouwde kennis gaat Z33 ook extra muros aan het werk in de vorm van curatorschap, coproductie of advisering. Tot de huidige partners behoren Atelier LUMA, Vitra Design Museum, Marres, De Brakke Grond en de Istanbul Design Biënnale. Ook op internationale platforms worden de binnenshuis ontwikkelde projecten getoond, wat zorgt voor bredere erkenning. De ambitie is om een 'internationaal ijkpunt voor interdisciplinair onderzoek voor kunst, design en architectuur te worden'.

Gestart als een provinciaal kunstencentrum, maakt Z33 nu de overgang mee naar een door Vlaanderen gesubsidieerd privaatrechtelijke vzw. Z33 streeft ernaar een erkende Vlaamse kunstinstelling te worden die verbindingen legt tussen de multidisciplinaire, internationale kunstwereld en de Vlaamse regio. Z33 wil daarnaast als grootste kunstinstelling in de provincie als motor dienen om het Limburgse kunstenveld verder te ontwikkelen. Steeds wordt ernaar gestreefd om een heel breed internationaal publiek te betrekken bij het inhoudelijke discours en de werking van Z33. Via de website wordt continu informatie gedeeld met het publiek. Design thinking hanteert Z33 niet louter bij de processen van vormgeving maar ook van kunst, en het wenst hierbij tools aan te reiken. Welke andere mogelijkheden zijn er nog om naar



de diverse thema's te kijken binnen de maatschappij? Wat is kunst en design als relevante praktijk en katalysator?

In het vormgevingslandschap in Vlaanderen neemt Z33 een dubbele rol op. Enerzijds is zij de vertegenwoordiging van de meest artistieke varianten van de discipline, waarbij de grens tussen vormgeving en beeldende kunsten vervaagt. De nauwe contacten met de social design opleiding in Design Academy Eindhoven en de productdesign opleiding in LUCA School of Arts Genk zorgen voor de instroom van artistieke inzichten, en conceptueel georiënteerde artistieke onderzoekers. Z33 is een kunstencentrum zonder eigen collectie, en kan zich dus op het snijpunt bewegen van de recente ontwikkelingen middels artistieke creatieopdrachten aan vormgevers. Aan de andere kant wil Z33 een onderzoekscentrum zijn van design als discipline in de Vlaamse vormgevingswereld. De reeds hoger genoemde 'Beleidsrol', gecombineerd met de focus op talentontwikkeling, maakt Z33 tot een speler die ervoor waakt dat er kansen en ondersteuning is voor kunstenaars en vormgevers.

1.3.1.6 Fablabs, VAKLab Bokrijk en Werkplaats Immaterieel Erfgoed

Fablabs

FabLab is een wereldwijde community van Fabrication Laboratories en is de naam voor openbare digitale werkplaatsen waar mensen zelf dingen kunnen maken. Een FabLab is minimaal uitgerust met een lasersnijder, een CNC-frees, een 3D-printer, een foliesnijder en een electronicahoek. De zogenaamde *makerspaces* beschikken over een zwaarder machinepark. Via computergestuurde prototyping machines wordt de mogelijkheid aangeboden om met verschillende technieken te experimenteren en er wordt aangespoord om de resultaten ervan te delen, hoewel intellectueel eigendom naar keuze ook beschermd kan worden. Deze laagdrempelige werkplaatsen bieden ondersteuning aan een grote groep creatieven die anders geen toegang hebben tot een dergelijk machinepark.

Met technische backing biedt FabLab mogelijkheden om ideeën en ontwerpen om te zetten naar tastbare producten. Een FabLab faciliteert aan iedereen de mogelijkheid om te innoveren zolang het 'niemand schade berokkent'. Het gebruik van dergelijke computergestuurde gereedschappen is niet noodzakelijk gratis maar berust op het principe van delen wat de kost financieel draaglijk maakt. Het ideaal is om het instrumentarium fysiek te delen en de opgedane kennis vervolgens toe te voegen aan de beschikbare documentatie en gebruiksaanwijzingen. Verantwoordelijkheid is hierbij eveneens een belangrijk punt. Veilig werken met de gereedschappen, orde houden en meewerken aan de bedrijfsvoering door bij te dragen aan de voorraadbeheer, onderhoud- en reparatiewerkzaamheden en het melden van incidenten. Hoewel dit geen doel is, zijn commercieel gebruik van fablabs toegelaten als het de normale werking niet stoort en in tijd beperkt blijft. Bij commercieel succes wordt verwacht het lab en het netwerk die aan de basis lagen van het succes, te blijven steunen.

FabLabs, waarvan er inmiddels ongeveer 1000 bestaan verspreid over 78 landen, zijn gestart na de succesvolle lancering van een Fab Lab voor digitaal vervaardigen 'How to make (almost) anything'. Dit



model van de universiteitsprofessor Dr. Neil Gershenfeld van het Center for Bits and Atoms (CBA) aan het vermaarde Massachusetts Institute of Technology (MIT) vormde de basis voor de huidige FabLabs, waarvan de samenstelling en werking beschreven staat in de **FabCharter**, waarrond zich een gemeenschap heeft gevormd. België behoort tot de Stichting **FabLab Benelux**.

FabFoundation is de non profit organisatie achter de FabLabs die sinds februari 2009 instaat voor de groei van het netwerk en de ontwikkeling van de regionale organisaties. De missie is *'toegang te verschaffen tot gereedschappen, kennis en financiële middelen, die het mogelijk maken om mensen in staat te stellen te leren, te innoveren en uit te vinden wat je kunt met technologie en digitale fabricage, op dat eenieder wereldwijd zijn leven beter kan inrichten'*. Doelgroepen zijn hierbij gemeenschappen, onderwijsinstellingen en non-profit organisaties met drie programmapunten: opleiding (.edu); organisatie, opbouw en dienst (.org) en business opportunity (.com).

De internationale gemeenschap van individuele personen is verenigd in de **FabLab Association**, een democratische organisatie, bestuurd door de leden, met een uitgebreide website. Prof. Neil Gershenfeld heeft ook een vijf maanden durend programma over een nieuwe vorm van 'technische geletterdheid' lopen. Deze **FabAcademy** voor gevorderden is een snelle hands-on leerervaring met wekelijkse projecten, gecommuniceerd via een persoonlijke blog. In een dergelijke cursus bouwen deelnemers aan hun portfolio van technische vaardigheden over *digital fabrication tools* en *rapid prototyping*.

De meeste universiteiten, maar bijvoorbeeld ook de Thomas More Hogeschool in Mechelen met een belangrijke opleiding voor Interieurvormgeving, hebben eigen FabLabs. Momenteel zijn er in totaal zo'n twintigtal FabLabs actief in België, waarvan vier in Brussel [16]. **FabLabGenk** is de werkplaats van de Faculteit Media, Arts & Design van Campus C-mine van de Luca School of Arts. Deze is zwaar uitgerust met 3D printers, polyjet printers, lasersnijders, Computer Numeric Controls, snijplotters, etc. en is op de eerste plaats gericht naar de eigen studenten. Het atelier staat wel open voor andere geïnteresseerden tijdens de 'vrije inloop'-uren. Een heel andere werking heeft bijvoorbeeld het Brugse **EcoFabLab**, dat sinds 2014 actief is. Gestart met het herstellen van oude computers is het intussen uitgegroeid tot een FabLab met subsidie van de Jeugdendienst voor de aankoop van de machines. Deze EcoFabLab is gevestigd in het Immaculata-Instituut in Sint-Michiels Brugge, gemakkelijk toegankelijk voor de jeugd, de doelgroep van de organisatie. Het beschikt over een kolomboor, een Full Spectrum lasersnijder een Delta spiderbot 3D printer en een Omnio-frees, en wordt gerund door vrijwilligers. Op de website kan men de openingsuren, de bijdragen en de visie lezen, waarbij naast begeleiding en kansen geven ook de dialoog met de Bruggeling nagestreefd wordt.

VAKLab Bokrijk

Vaklab Bokrijk is het expertise- en dienstencentrum voor vakmanschap, gecombineerd met steun voor ondernemerschap. Het centrale thema is hedendaags vakmanschap die wordt gezien als een meerwaarde voor de economie maar ook voor andere sectoren. Dit concept echoot de recent gegroeide interesse voor ambachtelijkheid als geperfectioneerde kennis van het métier gecombineerd met de passie om het goed te doen.

In het VAKlab van Bokrijk worden makers, studenten, starters en ondernemers door experts begeleid in de realisatie van hun dromen of ambities. Het is gehuisvest in het Kasteel van Bokrijk en hanteert een open huis concept waarbij alle activiteiten gratis worden aangeboden. In het Kasteel bevindt zich ook een expositieruimte en een shop-in-shopmodule.

VAKlab werkt als een ontmoetingsplek voor innovatie en interactie om zo kennis, skills en expertise op te bouwen en te doorgronden. Het aanbod speelt zich af rond de behoefte van vakmensen. Het wordt gedialogeed met gelijkgezinden en kennis en ervaring uitgewisseld. Tegelijkertijd kan men er ook terecht met gerichte, persoonlijke vragen. De omkadering is met een ervaren team in het ondernemerschap.

VAKlab biedt een laagdrempelige ondersteuning voor inhoud, inspiratie, telkens op maat van de vragende partij. *Samenwerken* vanuit partnerschap is de core business van het VAKlab en ziet als de draaischijf van zijn activiteiten. Dit slaat op uitwisselen van kennis en een versterkte maakeconomie dankzij de betere, de geïnformeerde en genetwerkte vakman. VAKlab beschikt zelf over regionale en nationale partners van het bedrijfsleven via het onderwijs tot de overheid met wie het activiteitenaanbod en de diensten worden vormgegeven.

Bij VAKlab kan de vakman terecht voor kans verbetering, networking, advies bij beslissingsvorming in het ondernemerschap of voor feedback. Hierbij worden een viertal werkvormen gehanteerd. *Passe-Partout* ziet in verandering mogelijkheden en is gericht naar de actualiteit. Deze inspiratiesessies gaan over ondernemerschap, specifiek voor vakmensen die met ideeën of (praktische) richtlijnen de weg wijzen in duurzaam ondernemerschap. Vooral op 'uitwisseling in de praktijk' is *Tips van de meester* gericht. Geoefende 'meesters' in een bepaald vakdomein geven hun expertise door aan een kleine groep van makers. Via persoonlijke begeleiding kunnen vakmensen in deze workshops hun kunnen nog in de diepte aanscherpen en zich zo tot unieke experts ontwikkelen. *Groepstrainingen* van VAKlab zijn gericht op de skills van de vakman als ondernemer. Doelgroep zijn vooral mensen die minder goed functioneren in een schoolse omgeving maar willen zich beteren in het ondernemerschap en op zoek zijn naar een nuttig netwerk. De toegepaste theorie die telkens geïllustreerd is met een casus is aangepast aan de fase waarin de vakman zich bevindt van prestarters tot groeiers. Hoewel georganiseerd in groep, bieden deze trainingen ook persoonlijke ondersteuning met gerichte tips en contacten. Omdat networking belangrijk is in ondernemerschap en niet altijd evident voor vakmensen, wijzen tenslotte *Networkactiviteiten* erop

////////////////////////////////////

'hoe deze mensen hun werk, kwaliteiten en ideeën kunnen verspreiden en samenwerkingen uitbouwen' dankzij contacten en hoe bijvoorbeeld een klantenbestand kan uitgebouwd worden.

Werkplaats Immaterieel Erfgoed

Werkplaats Immaterieel Erfgoed (het vroegere Tapis Plein vzw) is de vervolgorganisatie van de erkende (in 2009 [17]) landelijke expertisecentrum voor actieve cultureel-erfgoedparticipatie Tapis Plein vzw [18] waarvan de gebundelde ervaringen en inzichten van de werking tussen 2004 en 2017 [19] als basis dienen voor nieuwe plannen en ambities. *'Tapis plein onderzocht hoe je culturele gewoontes, gebruiken, kennis en praktijken uit het verleden die je belangrijk vindt verder kan doorgeven en laten floreren in de actuele maatschappij'*. Het oefende een begeleidende functie uit naar Vlaamse erfgoedactiviteiten met het oog op een grotere participatie van het publiek in relatie tot het cultureel erfgoed.

Daarnaast ontwikkelde Tapis Plein een eigen expertise waarbij de kennis en ervaring van internationale netwerken gevaloriseerd zijn. Hieruit werd een eigen methodologische invalshoek ontwikkeld. Het thema waarrond zeer specifiek gewerkt werd was Immaterieel Cultureel Erfgoed. Vanuit theorie en praktijk werden een aantal lijnen uitgetekend waarrond de expertise zich concentreert. In het luik LABO werd actief geëxperimenteerd via acties die achteraf, samen met de theorievorming gebundeld werden. Hieruit kon naargelang de vraag op maat advies of dienst verleend worden. Tapis Plein bood ook een DIY-kit voor erfgoedparticipatie aan onder de naam ZELF DOEN! Via het lokale project HANDMADE IN BRUGGE is bijvoorbeeld een meerjarige werking met een labo en voorbeeldpraktijk gestart rond het thema ambachtelijk vakmanschap die inspiratie zoekt bij het verleden maar zich tegelijkertijd ook naar de toekomst oriënteert. In samenwerking met sectoren zoals stedenbeleid, cultuur, toerisme, onderwijs, etc. werd in de vorm van een oefening een programma uitgewerkt waarbij onder andere gezonde ondernemerschap en duurzame immaterieel erfgoedwerking nagestreefd is [20].

Werkplaats Immaterieel erfgoed dat gevestigd is in het Jan Van Eyckplein in Brugge is in 2018 werkzaam in het tot uitvoering brengen van de meerjarige beheersovereenkomst (2012-2018) die destijds tussen Tapis Plein vzw en de Vlaamse Overheid werd gesloten over actieve cultuurparticipatie met focus op immaterieel erfgoed. Werkplaats Immaterieel Erfgoed werkt momenteel aan een beleidsplan dat voortvloeit uit de werking van Tapis Plein vzw en volgt het Vlaamse en internationale ICE-beleid. Deze omgevingsanalyse dat dient als voorbereidend werk is te raadplegen op de website [21].

Immaterieel erfgoed ligt bij de praktijken van de mensen zoals gebruiken, vaardigheden of vakmanschap telkens met een eigen betekenis binnen de maatschappij. Het staat niet stil en is continu in beweging met de tijd. *'Die kracht van immaterieel erfgoed in het hart van hedendaags en superdivers samenleven tevoorschijn halen en versterken: dat is waar Werkplaats immaterieel erfgoed voor staat'*. Via zich in te schrijven in een wereldwijde netwerk wordt zorg gedragen voor de toekomst waarbij tactieken zoals *'actualisering, kruisbestuiving en intercultureel leren en delen'* gestimuleerd wordt.

Om deze missie waar te maken worden vier beleidslijnen gevolgd: 'verbreding en verbeelding van immaterieel erfgoed' (werken aan zichtbaarheid of beeldvorming, etc.); 'omtrent het doen en doorgeven ervan' (documenteren bvb.); 'met het oog op experimenteren en vernieuwen' (via diverse technieken om te stimuleren); 'om een duurzame en gedeelde organisatie uit te bouwen' (via engagementen aangaan over de hele lijn). In de werkelijkheid worden deze beleidslijnen aangepakt via een breed en dynamisch werking met inzet van algemene kennis die indien nodig tot specificaties kan leiden maar ook met experimentele trajecten.

1.3.1.7 We Are Graphic Designers

'Wij zijn grafisch ontwerpers' is een collectief dat bestaat uit talrijke bureaus en onafhankelijke grafische ontwerpers. De website van het collectief is het vertrekpunt voor een algemene aanpak die het vak van grafisch vormgever op de kaart wil zetten vanuit de overtuiging dat de eigenheid van het vak behoefte heeft aan promotie en sensibilisering om de rijkdom van het gevoerde onderzoek en de daaraan verbonden creatieve nieuwsgierigheid van grafisch designers kenbaar te maken.

Het eerste doel hierbij is 'pedagogisch': om via de website aan klanten de juiste instrumenten aan te bieden bij het zoeken naar een grafische partner. De website duidt op de meerwaarde van een grafisch ontwerper: zichtbaarheid verhogen, doelpubliek prikkelen, verleiden of verrassen. De missie van het collectief is dat een dergelijk succes maar mogelijk is wanneer het resultaat is van een dialoog tussen de vormgever en zijn of haar klant. Luisteren en wederzijds respect en vertrouwen liggen aan de basis van de kwaliteit van het werk.

De website biedt oriëntatie en kennis aan over de essentie van het ontwerpen, alsook over het netwerk van grafisch ontwerpers en hun gesprekspartners. Door het verstrekken van deze inkijk wordt gehoopt een betere en meer specifieke kennis over het beroep te verspreiden en uiteindelijk een uitwisseling te bewerkstelligen. Opdrachtgevers worden uitgenodigd om het werk van ontwerpers te *'optimaliseren'*. Het finale doel is *'het grafisch ontwerp de middelen en mogelijkheden te geven om de samenleving meer glans te geven'*.

Vertrekkend van het feit dat vormgeving integraal deel uitmaakt van het dagelijkse esthetische en sociale landschap stelt het collectief dat grafische tekens via onze zintuigen ook onze kijk op de omgeving en de wereld bepalen. De grafisch ontwerper analyseert hoe projecten via een gepaste visuele vorm tot de beoogde communicatie kunnen leiden. In de steeds veranderende wereld zoekt de vormgever via kritische reflectie naar de gepaste visuele identiteit van een organisatie of een tijdelijk beeld voor een evenement. De optimale impact in de samenleving wordt verzekerd door de veelzijdige expertise van de vormgever, die de creatieve en strategische dimensies van communicatie beheerst maar ook rekening houdt met sociologische, ecologische en economische aspecten. Deze veelzijdigheid is de garantie voor een geslaagd resultaat met optimale impact in de samenleving.

Vanuit deze benadering is de definitie van grafisch ontwerp als volgt: *'Grafisch ontwerp is een op het leven toegepaste kunst. Het uitgebreide werkgebied geeft het een specifieke en steeds grotere rol in onze maatschappij, zowel cultureel, commercieel als sociaal, want het beïnvloedt onze volledige omgeving, privaat en publiek. De ontwerper gebruikt een uitgebreide toolbox (woorden, foto's, illustraties, cijfers, grafieken) om informatie in een bepaalde context door te geven. Hij creëert een visuele taal om een boodschap efficiënt en passend over te brengen. NB: Het beroep van grafisch ontwerper definiëren is moeilijk omwille van twee factoren: ten eerste is het een vorm van communicatie en daarom per definitie oneindig. Ten tweede doen interdisciplinariteit en technologische veranderingen de grenzen vervagen en de actoren exponentieel toenemen.'*

De grafisch ontwerper als expert biedt een meerwaarde omdat hij of zij:

- Een expert is in communicatie en kritisch reflecteert over de gegeven vragen;
- Dankzij zijn of haar technische kennis het volledige proces beheerst;
- En als *'visionair'* de talrijke tekens en codes van de samenleving verstaat en daardoor in staat is de juiste keuzes te maken in de context van de opdracht.

De website geeft vervolgens richtlijnen hoe de keuze voor een ontwerper te maken, met als eerste stap de nodige tijd nemen en vooraf onderzoek doen. De aandacht wordt gevestigd op de noden van de opdrachtgever, die best een ontwerper of ontwerpstudio kiest met een portfolio van gelijkaardige gerealiseerde projecten qua stijl en conceptuele aanpak. Daarnaast zijn ervaring, affiniteit, omvang en budgetbeheersing te overwegen punten. Grafisch ontwerpers, opdrachtgevers, studenten of geïnteresseerden kunnen lid worden van *We Are Graphic Designers*.

1.3.1.8 Frans Masereel Centrum

Het Frans Masereel Centrum, genoemd naar een van Vlaanderens belangrijkste grafici en schilders (1889-1972), biedt sinds 1972 werkplaatsen en residenties aan kunstenaars, ontwerpers en critici die werken met grafische technieken of die de positie van de grafiek in relatie tot andere kunsten willen onderzoeken. De nadruk ligt vooral op creatie en experiment in atelierversband.

Gegroeid uit de eigen praktijk en de verzameling van oude drukpersen van grafisch kunstenaar Fons Mertens (1917-2003), werd in 1972 Het Rijksmuseum voor Grafische Kunsten Frans Masereel opgericht in Zaandijk bij Kasterlee. Het domein is gelegen in de landelijke Antwerpse Kempen en heeft een hoofdgebouw, geïnspireerd op de vorm van de windmolen met een centrale ronde kern waaraan een grote koepelruimte, het atelier, is verbonden. Dit bolvormig atelier is de centrale werkplaats. Het Centrum opende in februari 2019 een nieuw paviljoen naar het ontwerp van de Japanse architect Hideyuki Nakayama in samenwerking met het Parijse bureau LIST. De nieuwbouw dat opvalt door zijn kegelvormige dag opgebouwd uit honderden houten balken, treedt in gesprek met het oudere atelier. Het dag verbergt ook een geïntegreerd kunstwerk van Jean Gilbert.

Het centrum doet ook aan collectievorming en bezit een belangrijk archief over grafiek. Sedert de start staat elke kunstenaar na een verblijf een kunstwerk af, met als resultaat dat het Frans Masereel Centrum reeds meer dan 20.000 werken in zijn bezit heeft. Het Centrum geeft ernaast eigen publicaties, edities en prints uit, en werkt mee aan projecten van kunstenaars, kleine uitgevers en 'self publishers'.

Het Centrum heeft negen volledig ingerichte huisjes met een gemeenschappelijk waslokaal, voor negen kunstenaars om te verblijven, met plaats voor een eventuele partner, gezinslid, assistenten of vrienden die wensen te blijven logeren.

1.3.2 Overheid en steunpunten

1.3.2.1 Design Vlaanderen

De geschiedenis van Design Vlaanderen vangt aan in 1964 met een bijna 30 jaar durende kleinschalige aanloop in de vorm van een Belgische, federale interesse in toegepaste kunst en ambachtelijk design binnen het Economisch en Sociaal Instituut voor de Middenstand (ESIM). In 1992, naar aanleiding van de invoer van het decreet van de Vlaamse Overheidsinstelling (VOI) door de Vlaamse regering, kreeg deze openbare instelling de naam VIZO (Vlaams Instituut voor Zelfstandig Ondernemen). Het instituut had drie belangrijke opdrachten die eerder op economie dan op cultuur waren gericht: kwaliteitsgarantie bieden voor de opleiding van zelfstandig ondernemers, zorgen voor bedrijfstechnisch advies en de ondernemer introduceren in het gebruik van design in zijn onderneming. Het is naar aanleiding van dit laatste punt dat een jaar later binnen het VIZO de **Dienst Vormgeving** zal worden opgericht en daarmee het startschot gegeven aan de consequente promotie van hedendaagse vormgeving. Jaarlijks organiseerde de dienst twee rondes waarin een selectiecommissie kwaliteitslabels schonk aan ontwerpers. De oorspronkelijke directeur Johan Valcke bleef het instituut leiden tot de opheffing ervan in 2015.

De Dienst Vormgeving volgde de tijdsgeest door zich te oriënteren van kunstambacht of toegepaste kunst naar scheppend ambacht en vervolgens naar design. Het tijdschrift Kwintessens, dat hun visie uitdroeg, werd in eigen beheer uitgegeven. Elk nummer was op zich een designstuk, ontworpen door een verdienstelijke grafisch vormgever en kwalitatief uitgevoerd. In een periode van verminderende interesse in de toegepaste kunsten richt het **VIZO** in 1995 als promotievehikel de Triënnale voor vormgeving op die intussen verschillende edities kende. Net daarvoor, in 1993, waren de jaarlijkse Henry van de Velde Awards in het leven geroepen uit de behoefte voor een prijs voor vormgeving die regio- en discipline-overschrijdend was. Vanaf toen konden Belgische of Vlaamse professionelen uit de designwereld gelauwerd worden in een van verschillende categorieën zoals bijvoorbeeld Young Talent, Lifetime Achievement en Public. Vanaf 1999 werden aan de Lifetime prijs monografieën gekoppeld die het leven en werk van de laureaat vereeuwigde.

Het cultureel belang van grafisch ontwerp werd onderstreept met het initiatief om in 1996-1997 in het toenmalige museum van Sierkunst en Vormgeving (het huidige Design Museum) van Gent een



belichtte, werd stopgezet. FlandersDC zet in op promotie maar vooral, en dit via diverse werkvormen, op zakelijk advies aan designers. De Henry van de Velde Awards blijven wel voortbestaan.

1.3.2.2 **FlandersDC**

Flanders District of Creativity, of FlandersDC, is het aanspreekpunt in Vlaanderen voor ondernemen in de creatieve sector. Sinds de fusie van FlandersDC, Design Vlaanderen en het Flanders Fashion Institute [24] in 2016 werkt de nieuwe instelling in opdracht van de Vlaamse overheid. Ontwerpers kunnen hier op ondersteuning rekenen voor de professionele uitbouw van hun onderneming. 'Return on Creativity' is hierbij het slagwoord, het laten renderen van de creatieve activiteit.

Bij de oprichting in 2004 lag de focus uitsluitend op het stimuleren van creativiteit bij ondernemingen en werd ingezet op het belang van niet-technologische innovatie. Hierbij hoorde de oprichting van onder andere het Creativity World Forum, een internationale conferentie rond creativiteit, innovatie en ondernemerschap, die intussen aan zijn 13^{de} editie toe is. Sinds 2009 bood FlandersDC reeds een hele waaier aan stimuleringsprojecten over ondernemerschap in de creatieve sectoren aan en sinds de fusie legt het zich hier volledig op toe. Design is slechts een van de 12 subsectoren naast architectuur, de audiovisuele industrie, de podiumkunsten enz. Per sector ingedeeld in 'creatieve schakels' en 'ondersteunende schakels', richt FlandersDC zich op de maatschappelijke impact door enerzijds het economisch belang en anderzijds de capaciteit als motor voor vernieuwing in andere sectoren [25].

Het team bestaat uit adviseurs die persoonlijk of in groep advies verlenen, in diverse werkvormen en met de ondersteuning van mensen die zich actief bezighouden met promotiecampagnes in binnen- en buitenland en daarrond acties organiseren. De website en het online magazine van FlandersDC bevat hierover een schat aan informatie. De Raad van Bestuur bepaalt de strategie en is ook de klankbord voor de organisatie.

Via de website van FlandersDC beschikken ondernemers nu over de ondernemersgids en een staalkaart van tools en templates die hen helpen in hun ondernemerschap. Creatieve ondernemers en de sector als geheel heeft met *Between the lines* in 2018 voor het eerst een papieren jaarmagazine van 100 bladzijden over het thema ondernemerschap, specifiek ontworpen door Pjotr[26]. Het jaarmagazine richt zich op ondernemerschap en heeft daarmee een ander doel dan het vroegere Kwintessens van Design Vlaanderen, dat de vinger op de pols hield van wat vormgevers bezig hield in hun ontwerppraktijk en daarmee met beeld, uitleg en in de vorm van uitstekend grafisch werk het beste toonde van het Vlaamse designlandschap, dat op zich een visitekaartje betekende zowel voor de regio als voor de individuele ontwerper.

Een eerder algemene ondersteuning is er door de **promotie** van producten uit eigen land met 'Ik Koop Belgisch' [27] en het leggen van internationale contacten. Ondersteuning bij deelname aan meubelbeurzen is onderdeel van dit werk. FlandersDC, soms ook in samenwerkingsverband met MAD Brussels en WBDM, verhoogt de toegankelijkheid tot de grote design salons of beurzen zoals Salone del Mobile, de Milan Fashion



zover hun activiteiten gesubsidieerd konden worden door **Design Vlaanderen**, voorheen VIZO, dienst vormgeving.

Ook onderzoek, ontwerp en uitvoering van al dan niet experimentele bouwprojecten werd uitgesloten. Uitzondering vormden de projecten van organisaties of individuen die aantoonbaar maatschappelijk belang hebben maar niet gerelateerd zijn aan een effectieve (economische) bouwactiviteit. Hierbij werd het ontwerpmatige onderzoek expliciet bij naam genoemd, net zoals onderzoek naar de verbetering van woontypologieën [32].

Om architecten en vormgevers te informeren over de steunmaatregelen die binnen het Kunstendecreet Kunsten en Erfgoed beschikbaar waren, werden tot en met 2015 infosessies georganiseerd in samenwerking met het Vlaams Architectuurstudiecentrum. Hierbij werd geduid waar het culturele aspect van de ontwerp praktijk zich bevindt. Architectuur en vormgeving werden daarbij in een krachtenveld met drie dimensies geplaatst, waarbij de instrumenten van het Kunstendecreet de ontwerper moesten toelaten op te ontsnappen aan het commerciële en functionele.

In de periode 2006 – 2018 werden bij het Kunstendecreet 305 aanvragen ingediend voor beurzen (ontwikkelingsbeurs 2006-2015; meerjarige en kortlopende beurs 2016-2018), projecten (internationaal project 2006-2018, project 2006-2008, project individuele kunstenaar 2016-2018 en project organisatie 2016-2018 en reistoelagen (reis-, verblijf- en transporttoelage 2016-2015, tussenkomst voor een buitenlands publiek presentatiemoment individuele kunstenaar 2016-2018 en tussenkomst voor een buitenlands publiek presentatiemoment organisatie 2016-2018) die onder de noemer ‘vormgeving’ vallen. In de periode van 2006 tot en met 2015 werden aanvragen door de administratie in deze categorie gekwalificeerd. Bij de implementatie van het Kunstendecreet van 2013 veranderde dat: bij de aanvragen van 2016 – 2018 staat een zelfprofilering door de aanvrager centraal, die uit een combinatie van functies en disciplines kiest die het best bij zijn aanvraag aansluiten. Hierdoor is het mogelijk dat een aantal aanvragen die doorgaans wel als ‘vormgeving’ bestempeld worden, niet in dit cijfer vervat zitten of andersom. Een aantal tiental aanvragers duidde bovendien niet de subdiscipline vormgeving aan, maar enkel de hoofddiscipline architectuur en vormgeving. De administratie heeft deze dossiers op basis van de inhoud al dan niet onder vormgeving ingedeeld.

JAAR	AANTAL INGEDIENDE DOSSIERS
2006	2
2007	1
2008	9
2009	11
2010	16
2011	10

2012	10
2013	27
2014	31
2015	38
2016	46
2017	57
2018	47
TOTAAL	305

Van de 305 aanvragen ontvingen uiteindelijk 140 een subsidie:

JAAR	AANTAL DOSSIERS
2006	1
2008	8
2009	7
2010	7
2011	7
2012	1
2013	17
2014	19
2015	12
2016	13
2017	31
2018	17
TOTAAL	140

Projecten

52 goedgekeurd, dus gemiddeld projectbedrag is 24.449,81 euro.

JAAR	AANTAL DOSSIERS	SOM VAN GEVRAAGD €	SOM VAN BESLUIT €
<u>IP</u>	18	580.235,21	171.000,00
2009	3	187.780,00	20.000,00
2011	2	50.722,00	13.000,00
2012	3	30.000,00	0,00
2013	4	138.199,71	47.000,00
2014	4	114.820,02	57.000,00

2015	2	58.713,48	34.000,00
<u>PS</u>	<u>55</u>	<u>1.815.436,93</u>	<u>525.690,00</u>
2006	2	86.704,00	4.000,00
2007	1	100.000,00	0,00
2008	5	109.700,00	35.000,00
2009	2	34.600,00	0,00
2010	11	265.803,00	61.550,00
2011	3	97.141,50	32.240,00
2012	2	66.618,77	14.100,00
2013	6	142.563,00	104.000,00
2014	12	661.527,00	197.800,00
2015	11	250.779,66	77.000,00
<u>PSIK</u>	<u>17</u>	<u>312.533,73</u>	<u>39.700,00</u>
2016	2	19.345,45	0,00
2017	13	240.004,27	39.700,00
2018	2	53.184,01	0,00
<u>PSOR</u>	<u>43</u>	<u>3.488.124,84</u>	<u>535.000,00</u>
2016	22	2.475.250,80	161.000,00
2017	11	681.578,89	296.000,00
2018	10	331.295,15	78.000,00
<u>TOTAAL</u>	<u>133</u>	<u>6.196.330,71</u>	<u>1.271.390,00</u>

Beurzen

60 goedgekeurd, dus gemiddeld beursbedrag is 12.157,5 euro.

JAAR	AANTAL DOSSIERS	SOM VAN GEVRAAGD €	SOM VAN BESLUIT €
<u>KB</u>	<u>53</u>	<u>673.288,72</u>	<u>255.000,00</u>
2016	13	159.940,00	52.000,00
2017	19	250.000,00	112.500,00
2018	21	263.348,72	90.500,00
<u>MB</u>	<u>9</u>	<u>231.000,00</u>	<u>154.000,00</u>
2016	4	112.000,00	92.000,00
2017	3	60.000,00	25.000,00
2018	2	59.000,00	37.000,00
<u>OB</u>	<u>49</u>	<u>640.435,00</u>	<u>320.450,00</u>

2008	2	37.800,00	10.000,00
2010	5	80.000,00	10.000,00
2011	4	31.450,00	29.450,00
2012	3	29.000,00	0,00
2013	9	102.000,00	78.000,00
2014	13	191.500,00	128.000,00
2015	13	168.685,00	65.000,00
TOTAAL	111	1.544.723,72	729.450,00

Reistoelagen

27 goedgekeurd, dus gemiddelde toelage is 2.665,19 euro.

JAAR	AANTAL DOSSIERS	SOM VAN GEVRAAGD €	SOM VAN BESLUIT €
RVT	33	102.723,17	19.100,00
2008	2	2.840,00	1.200,00
2009	6	31.670,50	5.500,00
2011	1	5.000,00	0,00
2012	2	5.000,00	0,00
2013	8	31.832,00	9.500,00
2014	2	4.491,00	0,00
2015	12	21.889,67	2.900,00
TBPPIK	21	80.808,20	32.680,00
2016	3	14.300,00	5.990,00
2017	9	41.299,87	19.300,00
2018	9	25.208,33	7.390,00
TBPPOR	7	43.510,94	20.180,00
2016	2	14.000,00	3.380,00
2017	2	13.910,94	12.300,00
2018	3	15.600,00	4.500,00
TOTAAL	61	227.042,31	71.960,00

1.3.3 Onderwijs

1.3.3.1 **Onderwijsinstellingen: Interieurvormgeving**

KULeuven

Interieurarchitectuur (Ac. Master) (Brussel en Gent)
Academische bachelor en master interieurarchitectuur

De opleiding interieurarchitectuur gaat prat op 150 jaar ontwerptraditie van Sint-Lucas Architectuur. Het programma vertoont raakvlakken met de kunstopleidingen, en besteedt veel aandacht aan de relatie tussen de ruimte en haar beeldende expressie. De kern van de opleiding is het ontwerpen, dat de student stap voor stap uitbouwt via projecten in een ontwerpstudio. Dit gebeurt vanuit een specifiek standpunt dat dicht bij de beleving van ruimte van de gebruikers ligt. Er is aandacht voor de grote complexiteit van het proces: men moet functionele, technische, maatschappelijke en belevingsaspecten in evenwicht brengen en ze integreren in de private en publieke ruimte. Naarmate de opleiding vordert, wordt het curriculum meer persoonlijk gekleurd middels keuzestudio's, een stage, de masterproef en een brede waaier aan keuzeonderdelen. De masteropleiding leert oplossingen aanbrengen in complexe ontwerpopgaven in de publieke en de private sector. Na de opleiding kan de alumnus interieurs op verschillende schaalniveaus binnen de verstedelijkte samenleving ontwerpen. Het leren omgaan met de bestaande gebouwde omgeving is net zo belangrijk als het ontwikkelen van nieuwe ingrepen. De opleiding verenigt theorie en ontwerp en komt tegemoet aan een nationale en internationale behoefte aan academisch geschoolde interieurarchitecten.

LUCA School of Arts

Interieurvormgeving, Sint-Lukas Brussel en Gent
Professionele bacheloropleiding Interieurvormgeving

Interieurvormgeving is een driejarige professionele bacheloropleiding waarin ruimtelijk ontwerpen centraal staat. Een grondige technische en culturele vorming en een hoge dosis praktijkervaring gaan daarbij hand in hand. De praktijkgerichte opleiding concentreert zich op het ontwerpen van interieurs, ruimtelijke installaties, scenografieën, meubels en objecten. De student leert vormgeven door te brainstormen, te discussiëren en kritisch na te denken, maar vooral door te doen. Hiertoe behoren het maken van schaalmodellen en prototypes, schetsen, plannen en 3D-visualisaties, maar ook materiaal- en kleuronderzoek. Er is een studiereis en bedrijfsbezoek en intensieve workshops. Er is mogelijkheid tot stage of een semester studeren in het buitenland. De eigenheid en identiteit van elke student vormen de basis om een (zelf)kritisch, ondernemend en authentiek ontwerper te worden. Naast de verworven creatieve, communicatieve en technische vaardigheden zijn zelfkennis en gedrevenheid belangrijk. LUCA-interieurvormgeving vormt deze eigenschappen in een voortdurende wisselwerking tussen handen en hoofd, tussen denken en doen.



UAntwerpen IA

Bachelor en master in de interieurarchitectuur

In deze opleiding interieurarchitectuur staat de mens centraal. De student leert tot in de puntjes hoe men mensen, objecten en ruimtes op elkaar afstemt. Op die manier is hij of zij in staat om het leven van mensen positief te beïnvloeden. De interieurarchitect heeft een open houding, en een visie op de mens en de maatschappij. Hij/zij is ondernemend en wordt geïnspireerd door kunst en wetenschap, architectuur en design, technologie, geschiedenis en de mens. Ook een kritische blik op de omgeving en een aangeboren stijlgevoel zijn kenmerkend. Tijdens de opleiding koppelt de student de behoeften van mensen aan de kwaliteiten van ruimtes. Hij/zij vraagt zich af hoe ruimtes optimaal in te zetten om een nieuwe kijk te bieden, en hoe mensen het ontwerp beleven. Licht, kleur, vorm, structuur, meubel, materie, tijd, geluid spelen een rol. Het ontwerp overstijgt functionaliteit. In de masteropleiding worden de bijzondere disciplines ontwerp en onderzoek nauw met elkaar verweven. Door de snel veranderende sociale, economische en technologische context neemt het belang van de interieurarchitectuur toe op diverse domeinen. Daarom levert de opleiding een allround specialist in interieurarchitectuur af.

UHasselt IA

Bachelor en Masteropleiding Interieurarchitectuur

Deze opleiding interieurarchitectuur leert de student creatief, met oog voor detail en beleving te ontwerpen en werken. Er is aandacht voor maatschappelijke trends, nieuwe materialen en technologieën, innovatieve programma's voor bestaande gebouwen... De opleiding zet aan tot nadenken over nieuwe woonvormen en over het interieur van zowel woningen als winkels en kantoren. Ook de vormgeving van theaters, publieke ruimten, tentoonstellingen... en de herbestemming van patrimonium komen aan bod. Contact met het werkveld vormt dé rode draad van de opleiding interieurarchitectuur. Op het programma staan ontwerp oefeningen die vertrekken van realistische scenario's en reële sites, maar ook werf- en bedrijfsbezoeken, gastlezingen en studiereizen. 'Echte' interieurarchitecten begeleiden en adviseren zodat de opleiding een goed beeld van de praktijk geeft. In de masteropleiding ligt het zwaartepunt bij de masterproef. Het koppelt een ontwerpproject aan een scriptie. Voor de invulling van de masterproef kan de student meewerken aan lopende onderzoeksprojecten, maar ook het eigen traject verder ontwikkelen door zelf een project voor te stellen en uit te werken. Er is mogelijkheid om één semester in het buitenland te gaan studeren. In de ontwerpstudio kiest men voor een van vier domeinen: Wonen, Herbestemming, Scenografie of Retail design.

Interieurvormgeving/Thomas More Mechelen Lucas Faydherbe

Professionele bachelor Interieurvormgeving

Deze Bachelor Interieurvormgeving laat de creativiteit botvieren op een realistische en marktgerichte manier, met focus op de praktijk, voor al wie interieurs en meubels wil ontwerpen. Er wordt geen voorkennis

of vooropleiding verwacht. De opzet is al doende leren, en onder intensieve begeleiding van ervaren vakmensen: interieurvormgevers, meubelontwerpers, (interieur)architecten, grafici, productontwikkelaars, kunsthistorici, filosofen... In de eerste twee jaar wordt de basis gelegd en wordt de student losgeweekt uit vastgeroeste ideeën en aangeleerd om 'out of the box' te denken: creatief, vernieuwend én technisch uitvoerbaar. Het derde jaar laat toe een eigen programma samen te stellen op maat van eigen interesses en beoogde jobprofiel. Accenten worden gelegd door de keuze van de stageplek en de ontwerpstudio: Interieur in combinatie met hetzij Architectuur, Conceptontwikkeling, Detail, Meubel of Service Design. Er is keuzemogelijkheid voor Engelstalige vakken, of voor werkplekleren en een volledig academiejaar meedraaien in een ontwerpbureau. Voltijds studeren is niet noodzakelijk om het diploma te halen. De studie kan gespreid en gecombineerd worden met een job of gezin via Open Hoger Onderwijs (OHO).

Interieurvormgeving/Thomas More Mechelen Lucas Faydherbe

Meubelontwerp, bachelor-na-bachelor

Deze opleiding is sinds bijna twintig jaar de enige in België die specifiek is toegespitst op de meubelsector. Ze heeft de ambitie om op hedendaagse en onderzoekende wijze voort te bouwen aan de Mechelse meubeltraditie. De combinatie van productgericht ontwikkelen (productontwerp) en ruimtelijk denken (architectuur) vormt de basis. De opleiding stimuleert de samenwerking tussen ontwerpers, ambacht, industrie en technologie. Ze combineert een sterke regionale verankering met een internationale gerichtheid. De student leert er evenwicht vinden tussen het conceptuele, het technische, het communicatieve en het economische aspect van ontwerpen. Workshops, lezingen, bedrijfs- en beursbezoeken maken het leerproces praktijkgericht, boeiend, interactief en veelzijdig. Hij/zij bedenkt innovatieve concepten vanuit ambachtelijke of industriële (im)perfectie, met invloeden uit artistieke en technologische richting, en experimenteert met materialen, vormen en constructies bij het realiseren van modellen en prototypes. De student wordt gestimuleerd in de zelfontplooiing maar ook begeleid in het omgaan met beperkingen in een 'vrije' ontwerpopdracht door een interprofessioneel team, aangevuld met specialisten uit de meubelsector. Er is ruimte om opdrachten in groepsverband uit te voeren.

KASK Hogeschool Gent

Interieurvormgeving, bachelor, 3 jaar

Deze opleiding interieurvormgeving stelt een bijzonder traject voor. Centraal in de opleiding staan de ateliers. Hier wordt de student uitgedaagd om in concrete en realistische ontwerpopgaven de creativiteit, persoonlijkheid, eigen visie op ruimtelijke vormgeving te ontwikkelen en te ontplooien, uiteraard met grondige ondersteuning en begeleiding. De omkaderende opleidingsonderdelen geven de nodige theoretische onderbouw om de realiteitszin en haalbaarheid van ontwerpvoorstellen af te toetsen. In de eerste drie semesters komen alle aspecten van een ontwerpproces aan bod. De student leert vanuit een grondige analyse onderbouwde keuzes te maken en concepten te formuleren. Speciale aandacht gaat naar grafische communicatiewijzen. Stapsgewijs stijgt de graad van uitwerking en detaillering, om uiteindelijk



tot definitieve ontwerpdocs en presentatietekeningen te komen. Gaandeweg komt de eigen persoonlijkheid en visie meer centraal te staan. Vanaf het vierde semester worden vier keuzetrajecten aangeboden: concept & ruimtelijkheid, meubel & design, tijdelijke installaties en interieurafwerking & advies. De bachelorproef, in het afstudeerjaar, is een verdere specialisatie in één van deze focussen. In dat afstudeerjaar wordt de realiteitszin van de opleiding nog versterkt door een stage. Na de opleiding kan men terecht in een brede waaier van sectoren: (ver)nieuwbouw, standen- en decorbouw, tentoonstellingsontwerp, productvormgeving, meubel- en designontwerp, ...

1.3.3.2 Onderwijsinstellingen: productontwikkeling

Onderwijsinstellingen voor productontwikkeling staan in voor het opleiden van een kern aan around “designers” die afstuderen in Vlaanderen. De drie opleidingen in Vlaanderen hebben echter allen een heel ander profiel. De nadruk in de verschillende opleidingen verschilt van meer industrieel, tot meer conceptueel of meer sociaal, hoewel er geen “strikte” beperking is op het soort projecten die bijvoorbeeld kunnen behoren tot de mogelijkheden voor afstuderenden. In productdesign opleidingen wordt er gestreefd naar het opleiden van de designer volgens de “design thinking” principes, die deze dan eender waar kan toepassen (van meer artistieke projecten tot meer industriële, van meer kritische projecten tot meer toegepaste). Een grote gemene deler in de opleidingen productontwikkeling is recent wel een hernieuwde belangstelling voor ambachtelijkheid waarneembaar, die men tracht te integreren in de ontwikkeling van de studenten. Deze verschuiving kan gelinkt worden aan de ruimere, aanhoudende trend rond ambachtelijkheid. Productdesign is een in verhouding kleinere discipline waarin er per jaar ca. 75 studenten op masterniveau afstuderen in heel Vlaanderen.

Zo heeft **Universiteit Antwerpen** een opleiding productontwikkeling als academische master. Naast een gedegen aandacht voor de reguliere technische aspecten van ontwerpen heeft de opleiding in Antwerpen een specialisatie in het onderwijzen van het ontwerpproces: van service design tot zelfs systemic design. Het gaat hier over design als methode die kan worden toegepast op eender welk vraagstuk. Daarnaast is er ook de academische opleiding productdesign aan **LUCA School of Arts Genk**, op de campus C-Mine. Onder invloed van het nabije Eindhoven nemen veel studenten en docenten van deze opleiding een interesse op in participatief en social design, ofwel in het meer artistiek autonome critical design. Design in Genk wordt aanzien als een sociale en artistieke discipline met toepassingen in de gehele maatschappij, het technische ontwikkelen is hier slechts een klein onderdeel van. Genk is qua studentenaantallen de kleinste opleiding, en heeft dus de meest persoonlijke begeleiding in het vinden van een autonoom artistieke stem. In **Kortrijk** is **HOWEST** met een zeer populaire opleiding professionele bachelors Industrieel Productontwerpen, Digital Design & Development, en als partner van Designregio Kortrijk, prominent betrokken bij het design gebeuren, zowel lokaal als internationaal. In deze stad kan men zich ook inschrijven voor de academische master Industrieel Ontwerpen, aangeboden door de Universiteit Gent binnen de richting Industriële wetenschappen. De opleidingen in Kortrijk focussen zich meer dan de anderen op industriële ontwikkeling en toepassing, wat niet betekent dat studenten niet leren hun eigen artistieke stem te vinden.



1.3.3.3 Onderwijsinstellingen: grafische vormgeving

Koninklijke Academie voor Schone Kunsten Antwerpen / Artesis Plantijn Hogeschool Antwerpen

Grafisch ontwerp – academische bachelor (3 jaar) en master

De opleiding Grafisch Ontwerp behandelt uiteenlopende disciplines. In layout, systeemontwerp, publicatie, illustratie, animatie, installatie, film, fotografie, boektypografie en letterontwerp worden diverse ontwerptools en productiemethodes gehanteerd. Voorbeelden zijn grafische software, tekeninstrumenten, camera's, computers en druk-, print-, snij-, bind-, scherm- en projectietechnologieën. De opleiding reikt de student een grondig begrip aan van deze diverse disciplines, ontwerptools en productiemethodes. Door ontwerpopdrachten, vormoefeningen, tekenstudies, workshops, projecten, presentaties en lessen over grafische productie en technieken worden creativiteit en inzichten aangescherpt. De student krijgt individuele begeleiding van een professioneel team van docenten die zelf ook in de grafische sector werkzaam zijn, en leert zo een eigen ontwerptaal ontwikkelen. Er zijn verschillende ateliers. Vorm en inhoud van het grafisch gesprek met een publiek staan centraal in het atelier Redactioneel Ontwerp. In het atelier Interactief Ontwerp wordt het sociale aspect van dat gesprek onderzocht. De visuele expertise in beeld en tekst, de kern van het grafisch ontwerpen, wordt opgebouwd in de ateliers Beeldontwerp en Typografie. Ook wordt veel waarde gehecht aan het tekenen als basistool. De opleiding leert de student problemen analyseren en oplossen en een kritische positie innemen door de kennis van kunst, filosofie, media en onderzoek. Professionele ervaring doet hij of zij op in projecten en stages met belangrijke partners uit het werkveld. Na de opleiding kan de student zich profileren als zelfstandig ontwerper of illustrator, of als iemand die deel uitmaakt van een grafisch team.

Sint-Lucas Antwerpen

Academische bachelor in de beeldende kunsten – Studio Grafische Vormgeving

In deze studio leert de student alles over de fundamentele waarden van tekst en beelden en hoe ze zich ten opzichte van elkaar kunnen verhouden. Hij of zij verwerft er ook inzicht in de rol en betekenis van grafisch ontwerper binnen bredere maatschappelijke systemen en ontdekt er hoe grafisch ontwerp inzetbaar is in de wereld. De opleiding weerspiegelt breedte en diepgang van het vakgebied. Het leert onder meer ontwerpen voor drukwerk en digitale media (typografie, beeld, lay-out, publicaties, web- en boekdesign). Met deze skills verwerft de student inzicht in hoe op een creatieve, innovatieve en geëngageerde manier om te gaan met opportuniteiten, concepten, inhoud en vorm.

Sint-Lucas Antwerpen

Master in de beeldende kunsten – Grafisch Ontwerp

Deze afstudeerrichting stelt geen aparte specialisatie voorop maar is een logisch vervolg op de persoonlijke ontwikkeling tijdens de basisopleiding. Het programma ambieert een nieuwe persoonlijke verbreding én een radicale verdieping van de artistieke en de ontwerppraktijk, aangevuld met een theoretische component. De masterstudent realiseert een gefundeerd en relevant beeldend onderzoek dat zich inschrijft in hedendaagse vragen over vormgeving, communicatie en samenleving. Daarnaast toetst hij/zij de eigen ideeën en aanpak in de masterclasses. Het masterprogramma daagt uit om het eigen werk te duiden en te radicaliseren om zo een persoonlijke positie binnen het werkveld te verwerven.

Hasselt PXL MAD School of Arts

Grafisch Ontwerp – Afstudeerrichting van de academische opleiding Beeldende Kunsten

Voor de startende student Grafisch Ontwerp zijn beeldtaal, vorm en de betekenis van de beeldelementen, typografie, het ontwerpproces,... behoorlijk nieuwe begrippen. Daarom organiseert PXL-MAD gedurende de eerste 14 weken ABC of Algemeen Beeldend Communiceren. Hier maakt de student kennis met de basis ingrediënten van het grafisch ontwerp in ruime betekenis: tekst, vorm, beeld en kleur. Na deze periode maakt de student kennis met de verschillende specialisaties of 'ateliers': Graphic Design, Illustration Design, Interaction Design en Advertising. De opdrachten binnen die verschillende ateliers worden opgebouwd vanuit 4 clusters: Copy, Story, Typo en Concept. In het tweede bachelorjaar worden de basis-competenties uitgediept. De student verfijnt zijn traject en kiest vrij één van de vier specialisaties of een combinatie van meerdere specialisaties of ateliers. In het derde jaar bachelor staat specialiseren centraal. Er wordt een evenwicht gezocht tussen een traject van onderzoekend ontwerpen en een probleemgestuurd model binnen de gekozen specialisatie. De bacheloropleiding wordt afgesloten met een bachelorproef die bestaat uit een project en een paper.

De masteropleiding heeft als doel de competenties van de student met een bachelordiploma Grafisch Ontwerp verder te ontwikkelen met het oog op een loopbaan als grafisch ontwerper. In de masterproef formuleert de student een vraagstelling van vormelijke of communicatieve aard, in een culturele, maatschappelijke of commerciële context. Via een onderzoekstraject realiseert hij een vormelijk en inhoudelijk authentiek en creatief antwoord.

KASK Gent

Grafisch Ontwerp – bachelor en master in de beeldende kunsten, 3 + 1 jaar

De afstudeerrichting grafisch ontwerp is het werkterrein van grafische kunstenaars, vormgevers, designers en illustratoren. Een werkveld dat erg divers en interdisciplinair is. In de huidige digitale beeldcultuur en de interactieve media bepalen oude én nieuwe grafische praktijken het beeld door de handen van diverse ontwerpers. De grafische praktijk heeft dus vele, verbonden gezichten. De afstudeerrichting steunt op drie basisdisciplines met elk een eigen atelier : Grafiek, Grafische Vormgeving en Illustratie. In de eerste bachelor krijgt de student initiaties in elke van deze drie praktijken. Inzicht in de technische aspecten, contexten en



artistieke problematieken van deze disciplines is essentieel voor een ontluikend grafisch ontwerper of kunstenaar. Het laat toe zich te ontplooien als een interdisciplinair iemand, ofwel een voorkeur te ontdekken voor een deelaspect. Via experimenten met diverse grafische media ontdekt de student de eigen sterktes. Vanaf de tweede bachelor kiest de student voor één van de drie disciplines: Grafiek, Grafische Vormgeving of Illustratie. Dit betekent dat de student verder de specifieke problematieken van de gekozen discipline leert onderzoeken en inzetten in de individuele praktijk. Daarnaast wordt sterk ingezet op samenwerking over de disciplines heen.

De master geeft de student nog meer de ruimte om de eigen grafische praktijk te ontwikkelen. Hij/zij kiest zelf welke mentoren als klankbord optreden. Theoretische stimuli worden gegeven in gespecialiseerde masterseminaries naar keuze. Het aftoetsen en voeden van de eigen artistieke praktijk gebeurt in relatie tot het werkveld. Er wordt verwacht dat de student actief participeert bij ontwerp bureaus, uitgeverijen van kranten en weekbladen, kunstdrukateliers, bij kunstenaars, in musea en het culturele veld als geheel. De opleiding resulteert in een masterproject dat wordt beoordeeld door docenten en vakspecialisten.

LUCA School of Arts Gent

Grafisch Ontwerp – Academische bachelor en master

Deze afstudeerrichting is een opleiding voor studenten die belang hechten aan de artistieke meerwaarde van grafische communicatie. De klemtoon ligt op experiment, innoverend denken en kritische reflectie in het ontwerpproces. Zo ontwikkelen de studenten zich tot zelfstandige ontwerpers die een actieve rol zullen spelen in de ontwikkeling en vernieuwing van de ontwerp praktijk.

In de bacheloropleiding werkt het atelier als een labo waarin de grafische en suggestieve mogelijkheden van beelden en typografie worden onderzocht. De student leert een vraagstelling analyseren en een standpunt innemen ten opzichte van de inhoud in constante dialoog met docenten en medestudenten. Typografie, publicatie- en boekontwerp, redactioneel en conceptueel ontwerp, webdesign, letterontwerp ... hierbinnen zoekt hij/zij zich een weg volgens de eigen persoonlijkheid. In de opleidingsonderdelen Beeldonderzoek, Teken, Professionalisering en Algemene Theorie worden de competenties voor het maken van beelden ontwikkeld. Een gerenommeerd gezelschap van docenten, elk specialist op zijn terrein, begeleidt intensief.

In de master formuleert de student een eigen inhoudelijk project. Dat kan heel concreet en vakgericht zijn of eerder conceptueel en zelf-reflectief. Zowel specialisatie binnen een bepaald domein (zoals boekontwerp, digitaal ontwerp, letterontwerp, etc.) als een discipline-overschrijdende benadering zijn mogelijk. Met de masterproef bepaalt de student zijn positie ten opzichte van de traditie en actualiteit van de discipline. Hij sluit het masterjaar af met een eindpresentatie voor een jury van internationaal gerenommeerde ontwerpers.



1.3.3.4 Onderwijsinstellingen: textiel, juweel, keramiek, glas

Opleidingen keramiek en glas behoren vaak tot onderdelen van de opleidingen vrije kunsten. Zogenaamde “kunstambachters” zijn voor een kunstenlandschap een boeiende sector, aangezien zij opgeleid zijn tot het maken van autonoom artistiek werk, installaties en performances, maar ook werk dat aansluit bij design. Deze disciplines stellen de omgang met de materie cruciaal in het beeldend creatieproces. Ze worden echter per jaar maar door een handvol kunstenaars opgenomen in een hogere opleiding, en worden dus niet uitgebreid besproken in onderstaand overzicht. Het gaat hierbij onder andere over de opleiding Keramiek en Glaskunst van **LUCA School of Arts Gent** en het keuzetraject Keramiek aan de opleiding vrije kunsten aan **PXL-MAD Hasselt**. Design Vlaanderen had tot rond 2010 een apart beleid voor deze kunstambachters die vrije kunst maken in deze ambachtelijke media, maar liet dit varen in het licht van het “scherper” stellen van een designbeleid dat zich vanaf dan richtte op objecten met een (verwijzing naar) functioneel gebruik.

Academie Antwerpen

Juweelontwerp en edelsmeedkunst – Academische Bachelor en Master in de Beeldende Kunsten

De menselijke behoefte om te (ver)sieren, waarbij juwelen en objecten de belangrijkste middelen voor identificatie en expressie zijn, is universeel en tijdloos. Draagbare sieraden vertellen veel over status, stijl en cultuur van de drager, maar ook over technologische ontwikkelingen. Hoewel gebaseerd op een rijke ambachtstraditie, is juweelontwerpen steeds in verandering.

Deze afstudeerrichting omvat een academische bachelor- en masteropleiding. Het curriculum bestaat uit een evenwicht tussen artistieke atelierpraktijk, specifieke en algemene ondersteunende theorievakken en tekenen als basis voor de ontwikkeling van de persoonlijke artistieke praktijk. Een team van ervaren en professionele kunstenaars en ontwerpers begeleidt. De focus ligt op de ontwikkeling van individueel talent en creativiteit door middel van onderzoek, conceptontwikkeling en zelfreflectie. Er is uitgebreide aandacht voor de technische vaardigheden en praktische inzichten nodig voor het métier. Technologie en vakkennis van diverse metalen en materialen, edelstenen, juweelgeschiedenis en 3D-computer tekenen maken een opleiding waarin nieuwsgierigheid en verbeeldingskracht voortdurend worden gestimuleerd. Hierbij spelen studiebezoeken, workshops, projecten, lezingen en begeleiding door (internationale) gastdocenten een belangrijke rol. Met het masterdiploma kan men aan de slag als zelfstandig ontwerper of in samenwerkingsverband.

Sint-Lucas Antwerpen

Academische bachelor in de beeldende kunsten – Studio Sieraad

In deze Studio wordt de vraag waarom mensen een sieraad dragen vanuit een zo breed en gediversifieerd mogelijk perspectief benaderd. Naast de technische en esthetische aspecten gaat er bijzonder veel aandacht naar de betekenis van een sieraad, naar de sociale en persoonlijke relevantie. Hoewel het belangrijk blijft

dat de student leert werken met verschillende materialen en technieken, moet deze kennis altijd in relatie gebracht worden tot wat hij of zij met het sieraad wil vertellen. De student gaat op zoek naar een persoonlijke taal en handschrift door maken en denken met elkaar te verweven. Het uitgangspunt is het sieraad in al zijn facetten, van hedendaags auteurssieraad tot fashion jewellery. Via objecten en concepten wordt de eigen reflectieve praktijk vanuit persoonlijke fascinaties, nieuwsgierigheid en gedrevenheid ontwikkeld.

Sint-Lucas Antwerpen

Master in de beeldende kunsten – Juweelontwerp / Edelsmeedkunst

Deze master afstudeerrichting concentreert zich, naast het verder ontwikkelen van het artistieke proces, op het creëren van een context voor het werk. De jonge sieraadontwerper wil een plek veroveren in de (kunst)wereld, daarom besteedt het onderwijsprogramma veel aandacht aan professionalisering. Hij/zij neemt deel aan diverse presentatiemomenten, en aan masterclasses door gerenommeerde kunstenaars en theoretici. In functie van het eigen werk en de positionering ervan, zoekt de student zelf een stageplaats in het buitenland – bij voorkeur in een culturele instelling, museum of galerie. Zo bepaalt hij/zij grotendeels zelf de context van het eigen werk. De keuze wordt niet beperkt tot het autonome sieraad maar het doel is met open blik het ruime vakgebied te exploreren en meerdere toekomstperspectieven in kaart te brengen.

Hasselt PXL MAD School of Arts

Juweelontwerp & Edelsmeedkunst – afstudeerrichting van de academische opleiding Beeldende Kunsten

Sieraden ontwerpen staat niet los van de artistieke of academische wereld. Deze hogeschool opleiding biedt daarom een inspirerende omgeving aan waar studenten zich kunnen ontwikkelen tot kritische en onderzoekende kunstenaars en ontwerpers. In de eerste bachelor wordt enerzijds veel aandacht besteed aan specifieke ontwerptechnieken en creativiteitsontwikkeling, anderzijds wordt een onmisbare basis gelegd op zowel technisch, vormelijk en materiaalkundig vlak. In de tweede bachelor onderzoekt de student de draagbaarheid van sieraden en de functionaliteit van objecten. Tijdens projectmatige opdrachten ontwikkelt hij/zij zowel unieke stukken als serie-sieraden door middel van ambachtelijke technieken of 'nieuwe' digitale technieken. In de derde bachelor hebben studenten in het eerste semester de mogelijkheid om via het Erasmus programma internationale ervaring op te doen. In het tweede semester ontwikkelt de student een persoonlijk en individueel traject dat uitmondt in de bachelorproef. In het internationale masterprogramma Object & Jewelry verwerkt de student de eigen persoonlijkheid, inzichten en onderzoek uit de vorige jaren in de Masterproef.

Regelmatig wonen studenten juweelontwerp lezingen en workshops bij of organiseren zelf tentoonstellingen en projecten. Jaarlijks worden ook een aantal studiereizen georganiseerd. Docenten zijn nauw betrokken met artistiek onderzoek via onderzoeksprojecten en doctoraten in de kunst. Deze expertise wordt rechtstreeks geïmplementeerd en doorgegeven in de opleiding.

De afgestudeerde master juweelontwerp kan kiezen voor verschillende carrières, bv. als zelfstandig ontwerper of kunstenaar, of meer uitvoerend, als goudsmid of medewerker in een groter atelier. Daarnaast geeft een Masterdiploma in de Beeldende Kunsten ook mogelijkheden in de bredere culturele sector. Dit kan ook aangevuld worden met een lerarenopleiding.

KASK Gent

Textielontwerp – Bachelor en master in de beeldende kunsten, 3+1 jaar

Recente ontwikkelingen, zowel op vlak van materialen als van analoge en digitale technieken hebben de actieradius van de textielontwerper drastisch verbreed. Ook de afstudeerrichting textielontwerp is in constante evolutie. Traditionele technieken worden in een actuele context geplaatst. Een conceptuele benadering resulteert in het samenvoegen en herinterpreteren van textieltechnieken. Aandacht voor duurzaamheid stuurt steeds sterker de ontwerpkeuzes. De recentste ontwikkelingen worden geïntegreerd in de ontwerppraktijk.

Tijdens de opleiding maakt de student uitgebreid kennis met oeroude ambachten maar ook met moderne processen. Materiaalkennis en technieken als weven, breien, borduren en druktechnieken zijn belangrijk voor een textielontwerper en krijgen in de opleiding veel gewicht. Deze technische training wordt steeds geïntegreerd in het artistieke proces. Gaandeweg wordt zelfstandig werken actief getraind. Reflectie en een onderzoekende houding zijn van vitaal belang, tijdens de opleiding en erna. Deze onderzoekende en reflectieve houding wordt binnen het atelier continu gestimuleerd. Experiment, zowel speels als analytisch, staat centraal in de uitbouw van je eigen beeldtaal en onderzoekende methodiek. Waar het onderzoek van de studenten textielontwerp raakt aan andere disciplines binnen de School of Arts, ontstaat vaak artistieke symbiose, en dit wordt aangemoedigd. Projecten met de studenten mode, architectonisch ontwerp of autonome vormgeving vormen een aantrekkelijk onderzoeksdomein. Ook intense samenwerkingen met de opleiding textieltechnologie van de faculteit Natuur & Techniek binnen de HoGent, fungeren als een laboratorium voor innovatieve projecten. De voortdurende evolutie en de actualisering van de discipline vormt het thema van een lopend onderzoeksproject van de vakgroep Design en Vormgeving. Zowel studenten als docenten vinden aansluiting bij dit onderzoek. De docenten zijn actieve professionele ontwerpers die vanuit verschillende domeinen specifieke expertise aanbrengen. Ook internationale stages, beurs- en bedrijfsbezoeken, gastcolleges en wedstrijden brengen de professionele wereld dichtbij.

Luca School of Arts Gent

Textielontwerp – Academische bachelor- en masteropleiding

Op bachelorniveau biedt de richting Textielontwerp een ontdekkingstocht aan naar de wereld van het textiel. Zowel het gebied van kunst, design als cross-overs behoren tot het actieterrein. Naast het leren over materialen en hun tactiliteit, technieken en hun uitdrukkingsmiddelen is er plaats voor een benadering van textiel als drager van culturele waarden en betekenissen. De studenten leren ideeën omzetten in visuele



Het vormt het vierde beleidspunt naast een Cultuurloket (zakelijke ondersteuning voor de cultuursector), een vernieuwd fiscaal beleid en partnerprojecten gericht op samenwerkingsverbanden met andere sectoren. De Vlaamse Kunstkoopregeling betreft een renteloze lening van 500 tot max. 7.000 euro. Een kunstwerk kan aangekocht worden van een kunstenaar die in Vlaanderen of Brussel woont en werkt. Voordeel is dat kunstliefhebbers via deze mogelijkheid meer kans krijgen om een kunstwerk aan te kopen en de kunstenaar kan meer inkomsten genereren uit eigen werk. Doelgroep voor de nieuwe lening zijn enerzijds consumenten die een kunstwerk wensen te kopen van een levend kunstenaar en anderzijds culturele professionelen (zowel natuurlijke als rechtspersonen). Voor kredietverstrekking aan die laatste is Hefboom, een organisatie voor sociaal en duurzaam ondernemen, financieel partner. Kunst in Huis vzw, met wie de overheid al eerder een beheersovereenkomst afsloot, verzorgt het kwaliteitskader van de Kunstkoopregeling.

De Brusselse **galerie Maniera** die gesticht werd in 2014 is een van de galeries die uitgekozen werd om de Kunstkoopregeling te testen. Maniera werd reeds opgemerkt in de globale designmarkt door de wijze waarop ze gangbare ideeën over meubelontwerp en -productie bevragen. Het is een galerie die aan architecten en kunstenaars opdrachten geeft om meubels en gebruiksvoorwerpen te ontwikkelen en hen zo de mogelijkheid biedt om uit de dagdagelijkse praktijk te treden. Omdat architecten vaak een nauwe band hebben met de beeldende kunsten, en kunstenaars vaak geïnspireerd zijn door de ruimtelijke omgeving, wil Maniera deze nabijheid laten kristalliseren in nieuwe ontwerpvoorstellen. Meer dan zomaar meubels vertegenwoordigen de objecten uitgegeven door Maniera een bewuste zoektocht naar botsingen tussen de domeinen van architectuur, design en kunst. Maniera wil hiermee een jonge, aanstormende generatie een platform geven, maar ook gevestigde en vermaarde figuren tonen in een nieuwe licht. De belangrijkste criteria zijn een persoonlijke taal en schriftuur, een conceptuele denkwijze en een authentieke en eigenzinnige werkwijze. De Antwerpse **galerie Valerie Traan** die eveneens het grensgebied tussen architectuur en design opzoekt, doet ook mee aan deze eerste testfase.

Collectible: nieuwe beurs voor hedendaags design is een unieke beurs exclusief gewijd aan 21^{ste}-eeuws hedendaags design voor de verzamelaar. De tweede editie vond plaats van 14 tot 17 maart 2019 in het Vanderborcht gebouw in het centrum van Brussel waar zowel Maniera als Valerie Traan aanwezig waren met een stand.

Opgevat als een verzamelend platform en exclusieve ontmoetingsplaats in het hart van Europa brengt Collectible vermaarde internationale galeries en designers samen die alle tot de creatieve voorhoede behoren, geselecteerd door een comité samengesteld uit voorname figuren uit de designwereld.

Dit event streeft ernaar te breken met de tradities en uniform aanbod van conventionele beurzen, en wil de designbeurservaring nieuw leven inblazen door bezoekers onder te dompelen in een sfeer van een tentoonstelling waar alles te koop is. Hierdoor en door de nadruk op creativiteit wil Collectible ook aantonen dat 21^{ste}-eeuws design ook voer is voor de kunstminnaar. De aanwezigheid van culturele



instellingen (zoals het Hasseltse Z33) en de aandacht voor pedagogische aspecten versterken deze benadering.

De initiatiefnemers van Collectible zijn Clélie Debehault, een kunst- en designconsultant die voor de Brusselse galeries Vedovi en Daniel Templon heeft gewerkt, en Liv Vaisberg, de oprichtster van kunstbeurs Poppositions en co-directrice van de kunstbeurs The Independent Brussel.

1.3.4.2 **Immaterieel design: Service Design, Systemic Design, Participatory Design, Social design, Policy design**

Design Thinking is het concept achter de ontwerpdiscipline. De methode is de essentiële constante van alle toepassingsvormen van design. Het slaat op het proces van startvraag tot finale oplossing via begrijpen, analyse, synthese en verfijning. De theoretisering van deze methode, die vooral de afgelopen 10 jaar plaats heeft gevonden, heeft een verdere professionalisering van de sector teweeggebracht. Het diepgaand begrijpen, beschrijven en doceren van het proces achter het ontwerp maakt namelijk dat de discipline is kunnen loskomen van een focus op de pure “vorm” (cfr. vormgeving). Veelal wordt momenteel dan ook de term ontwerpen/ontwerper gebruikt in plaats van vormgeving/vormgever.

Naast een output van materiële producten, grafische en ruimtelijke ontwerpen, heeft het designveld door het theoretiseren van de methode achter het ontwerp ook een conceptuele en immateriële vorm gevonden. Net als de ontwikkeling die reeds zeer lang speelt in de beeldende kunsten wordt in de design discipline hierdoor ook geleidelijk de aandacht verlegt naar het concept achter het ontwikkelde product, wat een implicatie heeft voor discoursvorming en reflectie, publiekswerking en educatie, maar ook creatieprocessen voor makers. Het heeft bovendien de finale implicatie dat er een vierde “groep” van ontwerp-resultaten is bijgekomen, namelijk zij die soms enkel immaterieel en conceptueel blijven: *Service Design, Systemic Design, Participatory Design, Social design* en *Policy Design*.

Service Design herontwerpt dienstverlening. De wisselwerking(en) tussen de gebruiker en de dienst wordt integraal bekeken. Vanuit een exhaustieve analyse worden concrete oplossingen gezocht. Via visualisaties, foto's, tekeningen of maquettes worden ideeën concreet gecommuniceerd. Een service design project start met de identificatie en exploratie, waarbij de ontdekking van de omgeving centraal staat. De creatie van een dienstenpakket gaat de prototyping, het nieuw model van dienstverlening, vooraf. Het werken met een totaalbeeld maakt het mogelijk om diensten en processen op elkaar af te stemmen. Door de samenwerking met alle belanghebbenden wordt betrokkenheid getriggerd, die op zijn beurt verantwoordelijkheid en engagement stimuleert binnen een onderneming. In het Verenigd Koninkrijk won service design de interesse van de publieke sector met talrijke tests als gevolg rond de potentie, inzetbaarheid en efficiëntie.

Systemic Design is een verenigde methodologie tussen **systems thinking**, de interdisciplinaire studie van systemen en **human-centered design**, die telkens vanuit het menselijke standpunt vertrekt bij

probleemoplossing. Deze gecombineerde methodologie werd recent ontwikkeld om designers ondersteuning te bieden bij de aanpak van complexe projecten en *wicked problems*. Recente uitdagingen zoals globalisatie, migratie, duurzaamheid lijken niet te vatten via een enkelvoudige aanpak. Daarom wordt voor performantere oplossingen zonder ongewilde negatieve neveneffecten deze geïntegreerde aanpak aangewend. Via een pluralistisch initiatief wordt een veelheid aan benaderingen gehanteerd, waarbij dialoog en een organische ontwikkeling van nieuwe praktijken centraal staan.

Participatory Design of ook co-operative design of co-design is een gevarieerde collectie van principes en praktijken om technologieën, instrumenten en sociale instellingen te ontwerpen die meer beantwoorden aan de behoeftes van mensen. Centraal staat hierbij het betrekken van mensen bij het design proces van hun eigen voorwerpen, ruimtes en technologieën. Participatory Design betreft een veelvoud aan professionelen zoals software ontwikkelaars, onderzoekers, sociale wetenschappers, ontwerpers, praktiserende vakmensen, culturele krachten, activisten of burgers die pleiten voor participatieve benaderingen en deze ook aanwenden bij hun activiteiten. Voor een beter begrip en ontwikkeling van dergelijke participatieve processen, en het betrekken van telkens nieuwe disciplines, wordt sinds 1990 om de twee jaar een *Participatory Design Conference* georganiseerd. De laatste editie werd aan de Universiteit van Hasselt gehouden op 20-24 augustus 2018 onder de titel '*Participatory Design, Politics and Democracy*'.

Social Design is gedreven door de mogelijkheden van design om een sociale impact teweeg te brengen door een oprechte ontwerphouding in dienst van een betere wereld. Hierbij worden identieke processen aangewend als bij andere takken van design, alleen gaat het hier om een ander doel, namelijk sociale verandering en een positieve impact op het menselijk welzijn en levensonderhoud. De rol en de verantwoordelijkheid van de ontwerper ligt hier in het 'hart van de maatschappij'. Social design kan een positief verschil maken bijvoorbeeld in de circulaire economie, door te kijken naar de oorsprong van materialen en de manier van produceren. Social design kan ook gecombineerd worden met participatory design. De tien geboden van social design zijn [34]:

1. Zoek verbinding met de samenleving
2. Ontwerp sociaal
3. Handel duurzaam
4. Verbind ethiek en esthetiek
5. Streef naar betrokkenheid
6. Wees kritisch
7. Wees transparant
8. Wees dienstbaar en bescheiden
9. Wees volhardend radicaal
10. Neem samen verantwoordelijkheid

1.3.4.3 Ambacht, vakmanschap en nieuwe technieken zoals 3D printing

De eerste inleidende tekst in de catalogus van de 8^{ste} Triënnale voor Vormgeving in Vlaanderen uit 2016, opgezet door het toenmalige Design Vlaanderen klinkt als volgt:

Vandaag is er opnieuw veel aandacht voor ambacht, vakmanschap en handwerk. Kwaliteiten als duurzaamheid van producten, respect voor grondstoffen en hun hergebruik, de afstand tussen maker en klant en lokale productie liggen aan de basis van nieuwe producten en diensten die consumenten enorm aanspreken [40].

Onder invloed van verregaande industrialisering en de bijhorende serieproductie van zowel highbrow design producten als banale objecten raakte de naoorlogse leefomgeving gedomineerd door het industriële voorwerp. Verschillende evoluties en tendensen speelden hierbij een rol. Een ervan is ongetwijfeld het financiële aspect: het unieke, ambachtelijk vervaardigde object met zijn hoge arbeidskost kon steeds moeilijker concurreren met het nauwkeurig ontworpen maar in duizenden exemplaren (met constante kwaliteit) geproduceerde design stuk. Dit vormde een cruciaal criterium in het onderscheid tussen design en ambacht. Anderzijds bleven noties als ambachtelijkheid en vakmanschap altijd doorspelen in de wereld van vormgevers, maar het belang en de impact ervan veranderde regelmatig onder invloed van de tijdgeest, de technologische en industriële ontwikkelingen en modeverschijnselen. Reeds in de jaren 1980 bijvoorbeeld kregen 'limited editions' of 'one-offs', al dan niet industrieel geproduceerd, een prominente plaats in de design wereld. In de laatste decennia werden de digitalisering en de virtuele realiteit steeds dominanter aanwezig in de dagdagelijkse leefwereld, waardoor het verlangen groeide naar tegengestelde waarden: het tastbare, het handgemaakte, het authentieke, het onvolmaakte. Deze fenomenen voeden de vernieuwde interesse en fascinatie voor ambachtelijkheid en vakmanschap.

De vierde editie van de 'Triënnale voor vormgeving' die in 2004-2005 doorging onder de titel *Imperfect by Design* vatte een kantelmoment, waarop duidelijk werd dat ambachtelijkheid niet alleen op het productieproces kon slaan maar ook een ontwerpattitude kon zijn. Een hele waaier van thema's kwamen aan bod, zoals spontane ambachtelijke productie met arme materialen (Marcel Wanders, *Knotted chair*, 1996), industriële producten met een ambachtelijke look (Konstantin Grcic, *Chair 1*, 2003), teruggaan naar eenvoudige ambachtelijke technieken (Alex Gabriel, Willeke Evenhuis, *Tenilo*, 2002), ruimte laten voor toeval (Hella Jongerius, *B-set*, 1998), het cultiveren van imperfectie (Richard Hutten – Droog Design, *Bronto*, 1997), het verlangen naar uniciteit (Hella Jongerius, *Repeat*, 2002; Michael Young, *Tölt*, 2002.), nadruk op het maakproces door stapelen, weven, verzamelen (Humberto en Fernando Campana, *Corallo* en *Favela*, 2004), een verzet tegen overproductie (Jurgen Bey – Droog Design, *Lightshade shade*, 1999), conceptuele herinterpretaties (Ingo Mauer, *Lucellino Wall*, 1992), of de rol van het atelier als plaats voor (ambachtelijk geïnspireerde) creativiteit.



maatwerk of vrij experiment. De digitale en machine (r)evolutie kenmerkt de actuele tijdgeest en weerspiegelt zich ook in de werktuigen die de hedendaagse (ambachtelijk werkende) design ontwerper aanwendt. Niettemin blijft het ook bij de productie met hoogtechnologische apparatuur zo dat de geoefende hand van de ontwerper nog steeds in een of ander stadium of aspect van het proces te pas komt. Het is belangrijk te beseffen dat de terugkeer van de 'ambachtelijke attitude' net deels aan de beschikbaarheid van die nieuwe tools te danken is, dat ze net daardoor mogelijk en betaalbaar wordt. Kortom, de herwaardering van ambachtelijkheid en vakmanschap als 'embodied knowledge' kan niet los gezien worden van de laatste technologische revolutie, en dit leidt ook tot een specifieke esthetiek voor de 21^{ste} eeuw, samengevat:

'Het gaat dus niet over de soorten of hoeveelheid technologie die wordt gebruikt, of de hoeveelheid handwerk die ergens nog wel of niet meer aan te pas komt. Maar het gaat (naar analogie met design thinking) in essentie over craft thinking: de gecombineerde waarden van kwaliteit, creativiteit, materiaalkennis en vol eigenaarschap van de maker over het object – of dat nu uiteindelijk met 100% handwerk tot stand komt of niet.' [43]

1.4 BRONNEN

Inleiding

<http://creatievesector.be> (22.10.2018)

https://statbel.fgov.be/sites/default/files/Over_Statbel_FR/NL_kerncijfers_2017_web_0.pdf (22.10.2018)

<https://www.designcouncil.org.uk/news-opinion/design-process-what-double-diamond> (22.10.2018)

<https://www.designcouncil.org.uk/news-opinion/why-we-underestimate-economic-value-design>
(22.10.2018)

Anlies Thoelen, "Maatschappelijk betrokken en sociaal-kritisch design, participatie en co-creatie voor een andere wereld", Van Loon, H en C. De Schauvre (eds.), *We are Wanderful. 25 years of design and fashion in Limburg*, Tielt, Lannoo, 2016.

Annelies Thoelen, 'De nieuwe technologieën als werktuig: een pleidooi voor 21^{ste}-eeuwse innovatie van materialen, processen en vormen in ambachtelijk design', *Hands-On Design. 8^{te} Triënnale voor Vormgeving in Vlaanderen*, Johan Valcke (ed.), Lannoo, 2016, p. 45-48.

Annelies Thoelen, 'De plaats van de designsector binnen Vlaanderen. Hoog tijd voor een volwaardig en geïntegreerd designbeleid', *CDR*, 2018, 6, nr. 1.

Van Andel, Walter, Koen Vandenbempt, *Creative jumpers: businessmodellen van groei-ondernemingen in creatieve industrieën*, Leuven: ACCO, 2012, p. 17.

FlandersDC – Impactstudie Creatieve Industrie, 2013, p. 141-142.

Designregio Kortrijk

<http://www.designregio-kortrijk.be/> (06.11.2018)

website Design Vlaanderen oktober-november 2015 (niet meer beschikbaar)

FlandersDC

- <https://www.flandersdc.be> (12.12.2018)
- <https://ikkoopbelgisch.be/nl> (12.12.2018)
- <https://henryvandevelde.be> (12.12.2018)

VLAIO, FIT, OVAM

- <https://www.vlaio.be/nl> (13.12.2018)
- <https://www.flandersinvestmentandtrade.com/nl> (13.12.2018)
- <http://www.ecodesignlink.be/> (29.03.2019)

We Are Graphic Designers

- <http://www.wearegraphicdesigners.be/nl/> (13.03.2019)

Frans Masereel Centrum

- <https://fransmasereelcentrum.be/nl/> (17.03.2019)
- <http://www.architectura.be/nl/dossiers/hout/28288/nieuw-paviljoen-frans-masereel-centrum-van-hideyuki-nakayama-en-list-geopend> (19.03.2019)

Onderwijsinstellingen

- <https://arch.kuleuven.be/onderwijs/interieurarchitectuur> (04.11.2018)
- <https://www.luca-arts.be/interieurvormgeving> (04.11.2018)
- <https://www.uantwerpen.be/nl/onderwijs/opleidingsaanbod/bachelor-interieurarchitectuur/profiel/>
(04.11.2018)
- <https://www.uantwerpen.be/nl/onderwijs/opleidingsaanbod/master-interieurarchitectuur/profiel/>
(04.11.2018)
- <https://www.uantwerpen.be/nl/onderwijs/opleidingsaanbod/productontwikkeling-studeren/>
(04.11.2018)
- <https://www.sintlucasantwerpen.be/opleidingen/master-of-research-in-art-and-design> (04.11.2018)
- <https://www.uhasselt.be/interieurarchitectuur#anchor> (04.11.2018)
- <https://www.thomasmore.be/opleidingen/professionele-bachelor/interieurvormgeving> (04.11.2018)
- <https://www.thomasmore.be/opleidingen/bachelor-na-bachelor/meubelontwerp> (04.11.2018)
- <https://schoolofartsgent.be/nl/onderwijs/opleidingen/interieurvormgeving> (20.11.2018)
- <https://ap-arts.be/opleiding/grafisch-ontwerp> (20.11.2018)
- <https://www.sintlucasantwerpen.be/opleidingen/acdemische-bachelor-in-de-beeldende-kunsten/studio-grafisch-ontwerp> (20.11.2018)
- <https://www.sintlucasantwerpen.be/opleidingen/master/grafisch-ontwerp> (20.11.2018)
- <https://pxl-mad.be/grafisch-ontwerp> (20.11.2018)

<https://schoolofartsgent.be/nl/onderwijs/opleidingen/grafisch-ontwerp> (20.11.2018)
<https://www.luca-arts.be/grafisch-ontwerp/sint-lucas-gent> (20.11.2018)
<https://ap-arts.be/opleiding/juweelontwerp-en-edelsmeedkunst> (25.11.2018)
<https://www.sintlucasantwerpen.be/opleidingen/acdemische-bachelor-in-de-beeldende-kunsten/studio-sierraad> (25.11.2018)
<https://www.sintlucasantwerpen.be/opleidingen/master/juweelontwerp-edelsmeedkunst> (25.11.2018)
<https://pxl-mad.be/juweelontwerp-edelsmeedkunst> (25.11.2018)
<https://schoolofartsgent.be/nl/onderwijs/opleidingen/textielontwerp> (25.11.2018)
<https://www.luca-arts.be/textielontwerp> (25.11.2018)
<https://www.hogeronderwijsregister.be> (25.11.2018)

Trends

<https://maniera.be/> (12.12.2018)
<https://collectible.design/> (30.03.2019)
<https://www.coffeeklatch.be/2017/02/07/maniera> (12.12.2018)
<http://www.kunstenenergoed.be/nl/wat-doen-we/collectie-van-de-vlaamse-gemeenschap> (14.12.2018)
<https://kunstinhuis.be/kunstkoopregeling/#hoe> (14.12.2018)
<https://overheid.vlaanderen.be/organisatie/belanghebbendenmanagement/service-design> (15.12.2018)
<https://systemic-design.net/> (15.12.2018)
https://en.wikipedia.org/wiki/Systemic_design (15.12.2018)
<https://pdc2018.org/> (15.12.2018)
http://afdelingbuitengewonezaken.nl/tag/social-design?_locale=nl (15.12.2018)
<http://theijken.nl/socialdesign/social-design-wat-is-dat/> (16.12.2018)
<https://www.archined.nl/2015/09/de-10-geboden-van-social-design> (16.12.2018)
<http://www.micasocialdesign.com/> (16.12.2018)
www.designacademy.nl/study/master/general/social-design (16.12.2018)
<http://www.designforeurope.eu/> (16.12.2018)
<https://www.designcouncil.org.uk/news-opinion/using-design-improve-policy> (16.12.2018)
<https://www.dezeen.com/2018/02/12/craft-resurgence-reaction-period-non-reality-jw-anderson-loewe-craft-prize/> (18.12.2018)
<https://www.nytimes.com/2011/10/28/arts/the-revival-of-the-artisan.html> (18.12.2018)
<https://www.architecturaldigest.com/story/how-good-craftsmanship-became-a-design-trend> (18.12.2018)

IIM]PERFECT by DESIGN, tent. cat., KMKG Brussel, 2004-2005.

Design and Craft: a History of convergences and divergences, Javier Gimeno-Martínez en Fredie Floré (eds.), *7th Conference of the international Committee of Design History and Design Studies (ISDHS)*, 20-22 September, Koninklijke Academie van België voor Wetenschappen en Kunsten Brussel, Brussel: Contactforum, 2010.

Overige bronnen

- [1] <http://creatievesector.be>
- [2] https://statbel.fgov.be/sites/default/files/Over_Statbel_FR/NL_kerncijfers_2017_web_0.pdf
- [3] Van Andel, Walter, Koen Vandenbempt, *Creative jumpers: businessmodellen van groei-ondernemingen in creatieve industrieën*, Leuven: ACCO, 2012, p. 17.
- [4] John Heskett, Illinois Institute of Design, 2001.
- [5] FlandersDC – Impactstudie Creatieve Industrie, 2013, p. 141-142.
- [6] <https://www.designcouncil.org.uk/news-opinion/design-process-what-double-diamond>
- [7] Annelies Thoelen, 'De plaats van de designsector binnen Vlaanderen. Hoog tijd voor een volwaardig en geïntegreerd designbeleid', *CDR*, 6, nr. 1.
- [8] Annelies Thoelen, op.cit.
- [9] Annelies Thoelen, 'De nieuwe technologieën als werktuig: een pleidooi voor 21^{ste}-eeuwse innovatie van materialen, processen en vormen in ambachtelijk design', *Hands-On Design. 8^{ste} Triënnale voor Vormgeving in Vlaanderen*, Johan Valcke (ed.), Lannoo, 2016, p. 45-48.
- [10] <https://www.designcouncil.org.uk/news-opinion/why-we-underestimate-economic-value-design>
- [11] Schmiedgen, J., Rhinow, H., Köppen, E., & Meinel, C. (2015). Parts Without a Whole? – The Current State of Design Thinking Practice in Organizations (Study Report No. 97) (p. 144). Potsdam: Hasso-Plattner-Institut für Softwaresystemtechnik an der Universität Potsdam. Retrieved from <https://thisisdesignthinking.net/why-this-site/the-study/>
- [12] Javier Gimeno-Martínez en Jasmijn Verlinden, 'From Museum of Decorative Arts to Design Museum: The Case of the Design Museum Gent', *Design and Culture*, 2, 3, p. 259-283. <https://doi.org/10.2752/175470710X12789399279796>; Fredie Floré, 'Blinde vlek in de historie van het Design Museum Gent', 25 (148), *De Witte Raaf*, 2010, p. 13.
- [13] De film werd gemaakt in de context van de tentoonstelling 'Object Stories. A Look at the Collection', 15.08.2018.
- [14] Katrien Laporte, Inleiding, *Hands-On Design. 8^{ste} Triënnale voor Vormgeving in Vlaanderen*, Johan Valcke (ed.), Lannoo, 2016, p. 6.
- [15] In 2013 werd Cultuurplatform Design deel van de Limburgse platformen voor cultuur. Tussen 2008 en 2018 werd het ondersteund door het Kunstendecreet. Cultuurplatform Design was actief als promotor van beloftevolle designers en design in het algemeen in Limburg en werkte mee aan een dynamisch designklimaat. Het unieke aan de werking was de wil om samenwerkingsverbanden uit te bouwen tussen artistieke en niet-artistieke actoren uit het brede gamma van de designsector. Sinds 1 januari 2018 zijn de provinciebesturen niet langer bevoegd voor cultuur. De taken van Cultuurplatform Design werden vanaf die datum overgenomen door [Z33](#).
- [16] FabLab Geel, FabLab+ Antwerpen, Eco FabLab Brugge, FabLab Imal Brussel, OpenFab Brussel, FabLab ULB Brussel, FabLab XL Brussel, FabLab Erpe-Mere, FabLab Genk, Timelab Gent, ASTERTECHNICS Geraardsbergen, FabLab Leuven, BUDA::lab Kortrijk, RElab Liege/Luik, FabLab Thomas More Mechelen, FabLab Mons, TRAKK Namur, Makilab Ottignies-Louvain-la-Neuve, FabLab Zottegem, Fablab Ugent.

- [17] Erkend als landelijk expertisecentrum voor actieve cultureel-erfgoedparticipatie met steun van de Vlaamse Overheid en als culturele vereniging door de stad Brugge.
- [18] Genoot de steun van de Vlaamse Overheid en als culturele vereniging steun van de stad Brugge.
- [19] Op tapisplein.be vind je nog steeds een overzicht van de werking (2004-2017).
- [20] www.handmadeinbrugge.be
- [21] <https://werkplaatsimmaterieelerfgoed.be/omgevingsanalyse/>
- [22] <http://wcc-europe.org/>
- [23] Kunstenaars konden terecht bij de mogelijkheden om beurzen of tussenkomsten aan te vragen bij het Departement CJM. Zie verder in de tekst.
- [24] Flanders Fashion Institute (FFI) groeide in 1998 uit de vzw Mode Antwerpen. FFI adviseerde modeontwerpers en -labels op zakelijk vlak met projecten als Flanders Fashion Fuel en de gids Starten in de Mode.
- [25] www.creatievesector.be
- [26] <http://www.pjotr.be>
- [27] <https://ikkoopbelgisch.be/nl>
- [28] <https://henryvandevelde.be>
- [29] 3 jaar (2017-2019) + 2 jaar follow-up (2020-2021)
- [30] www.interregeurope.eu/design4innovation/
- [31] Administratie Cultuur, nieuwsbrief Beeldende Kunst 106, 2006.
- [32] Administratie Cultuur, nieuwsbrief Beeldende Kunst 111, 2006.
- [33] <https://www.syntra.be/nl>
- [34] <https://www.archined.nl/2015/09/de-10-geboden-van-social-design>
- [35] <http://www.micasocialdesign.com/>
- [36] Annelies Thoelen, "Een nieuwe wind in het Vlaamse designlandschap: *User-centered* ontwerpen van beleid door policy design", *Kwintessens*, 2015, nr. 4, p. 19-22.
- [37] *Design for Policy*, Christian Bason (ed.), *Design for Social Responsibility Series*, Gower Pub Co, 2014.
- [38] <http://www.designforeurope.eu/>
- [39] <http://www.designforeurope.eu/news-opinion/how-open-policy-making-bringing-design-heart-government>
- [40] 'Inleiding', *Hands-On Design. 8^{te} Triënnale voor Vormgeving in Vlaanderen*, Johan Valcke (ed.), Lannoo, 2016, p. 5.
- [41] *Design and Craft: a History of convergences and divergences*, Javier Gimeno-Martínez en Freddie Floré (eds.), *7th Conference of the international Committee of Design History and Design Studies (ISDHS)*, 20-22 September, Koninklijke Academie van België voor Wetenschappen en Kunsten Brussel, Brussel: Contactforum, 2010.
- [42] Fenomenologie, Maurice Merleau-Ponty (1908-1961)
- [43] Annelies Thoelen, 'De nieuwe technologieën als werktuig: een pleidooi voor 21^{ste}-eeuwse innovatie van materialen, processen en vormen in ambachtelijk design', *Hands-On Design. 8^{te} Triënnale voor Vormgeving in Vlaanderen*, Johan Valcke (ed.), Lannoo, 2016, p. 48.

////////////////////////////////////

2 LANDSCHAPSKWESTIES

– Zsuzsanna Böröcz en Annelies Thoelen

Na het eerste, beschrijvende deel volgt hier een tweede oefening **over de brede cultuur** van het designveld in Vlaanderen, beschouwd als een ecosysteem. Dit tweede deel is **verdiepend**, en identificeert tevens opportuniteiten en hiaten.

Vormgeving is een culturele discipline die toepasbaar is op zo goed als alle aspecten van de maatschappij en ook raakvlakken heeft met vele andere velden. Design overspant de hoge en de lage cultuur, en heeft heel diverse kenmerken: culturele, sociale, economische en technologische. De culturele dimensie isoleren zou een onvolledig beeld opleveren en cruciale gebieden, partnerschappen en dynamieken buiten beschouwing laten. Bovendien wordt, in een internationaal perspectief, de culturele dimensie van vormgeving in vele landen breder ingevuld dan gangbaar is in Vlaanderen.

In deze tekst gebruiken we vormgeving, ontwerp en design als evenwaardige synoniemen door elkaar.

Voor de inhoudelijke input van deze oefening combineren we de inzichten uit het Design Ecosystem Flanders van Design Vlaanderen én het Online Canvas van Kunstenpunt om tot een zo breed mogelijke aanpak te komen. Hierbij vertrokken we van de inhoud van Deel 1 en baseerden wij ons op eigen expertise van het veld en de inhoud van 13 diepte-interviews. We interviewden 13 personen en collectieven over talrijke onderwerpen, die we hierbij graag bedanken: Johan Valcke, oud-directeur Design Vlaanderen, Veerle Wenes van Valerie Traan Gallery, Stijn Debaillie van Designregio Kortrijk, Kristel Van Ael van Namahn, Wouter Ulburghs van OVAM, Inge Vranken en Christian Oosterlinck van FlandersDC, Steven Cleeren van Vlaio, Jan Boelen en Heleen Van Loon van Z33, Hugo Puttaert van Grafisch Ontwerp Sint-Lucas Antwerpen, Dries Verbruggen en Claire Warnier van Studio Unfold en Katrien Laporte, Evelien Bracke en Eva Van Regenmortel van het Design Museum Gent. De inhoud van drie masterthesissen uit 2017 aan de Universiteit Antwerpen in de richtingen “cultuurmanagement” en “professionele communicatie”, met in totaal 20 interviews met alle belangrijke designbedrijven in Vlaanderen (onder promotorschap van Annelies Thoelen) werd gebruikt voor het thema ‘financiering’. De landschapstekst van FlandersDC uit 2016 (opgesteld door Annelies Thoelen) en verder nog enkele beleidsteksten en publicaties vervolledigen het bronnenmateriaal [1].

iedereen werken. Hoewel veelzijdigheid een troef lijkt, maakt het diversifiëring op elk niveau wenselijk, en dit zonder het geheel uit het oog te verliezen. Steeds meer en andere vormen van ondersteuning blijken namelijk nodig. Grafisch ontwerpers en immateriële of service designers hebben bijvoorbeeld geheel andere noden. De veldontwikkeling moet hiermee rekening houden.

Veelzijdigheid kenmerkt dus het designlandschap in Vlaanderen, hetgeen op het eerste zicht meer een troef dan een hindernis lijkt te zijn. Zo blijft de onderlinge concurrentie beperkt doordat de meeste 'eilandjes' een specifieke identiteit en marktwerking hebben. Allen gebruiken ze echter in meer of mindere mate een vorm van design thinking, waardoor onderling contact, kruisbestuiving en netwerking inspirerend kan werken. Het is daarom aangewezen om de krachten te bundelen, en dit moet dan ook gestimuleerd en ondersteund worden.

2.1.2 Cross-overs met andere beleidsdomeinen

Gezien de omvang van het designveld is het vanzelfsprekend dat er raakpunten zijn met andere domeinen zoals de vrije kunsten, de economie en het onderwijs. Los van deze raakpunten is design toepasbaar op zowat alle vlakken van de maatschappij en wordt het vaak gebruikt voor vernieuwingen binnen de mobiliteit, gezondheidszorg, industrie, beleid, milieu, energie, etc.

2.1.2.1 Cultuur versus de economie

Omwille van het meervoudige karakter van het designveld, wordt vormgeving in de meeste landen opgenomen op het snijpunt tussen cultuur en economie. De manier waarop ermee wordt omgegaan is dus onderhevig aan de richting waarin beleidskeuzes worden gemaakt. Er wordt momenteel in het cultuurbeleid (meer bepaald het Kunstendecreet) aandacht geschonken aan vormgeving, hoewel in het licht van de verhoudingen deze aandacht eerder aan de minieme kant is. Vanuit economie werd de laatste jaren de aandacht voor de artistieke aspecten van vormgeving sterk verminderd, aangezien een designer wordt beschouwd als ondernemer die bijvoorbeeld baat heeft bij een goed businessplan en risicokapitaal.

De realiteit gebiedt om te stellen dat een designer beide is. Vormgevers worden opgeleid net als alle andere kunstenaars op artistiek georiënteerde scholen waarin zij leren zoeken naar hun eigen kunstzinnige stem. Ze krijgen er kunstgeschiedenis, leren schetsen en maken portfolio's. Dit betekent niet dat men geen doorgedreven technisch en zakelijk kan werken. Vooral productie en distributieketens bevinden zich vaak buiten de strikt culturele sector (idem voor architectuur, film en literatuur). Maar net als voor elke andere ondernemer geldt dat ook vormgevers niet succesvol verder kunnen evolueren zonder kwalitatief product. Gelijkaardig aan andere beroepen uit de creatieve industrie is het resultaat van het creatieve proces de kern van de bezigheden van de designer, en zijn zakelijke activiteiten nodig om de artistieke realisaties te vermarkten en verder creatief bezig te kunnen zijn. In dit opzicht verschillen vormgevers in wezen erg weinig van bijvoorbeeld architecten en gameontwikkelaars.

Zowel het culturele als het economische dienen als katalysator voor vormgeving en het designveld, en zorgen voor duurzame veranderingen op het niveau van de realisatie van ontwerpen zowel als van het gebruik ervan. De link tussen creatief inhoudelijke aspecten van design en de meerwaarde voor economie en innovatie wordt meestal genegeerd, waardoor veel potentieel onbenut blijft. Een vormgevingsbeleid dat zich oprecht ten dienste wil stellen van de sector, en van de designers daarin, stopt met zich afvragen of bepaalde acties wel “cultureel” dan wel “economisch” genoeg zijn.

De omkadering van de designer heeft daarom behoefte aan een meer sociaal-tolerant systeem, dat denkt vanuit de ontwerper, niet vanuit bepaalde beleidsdomeinen. Hoewel het in eerste instantie utopisch kan klinken, zou een **transversale aandacht waarbij de sector zo holistisch mogelijk wordt benaderd**, ideaal zijn voor een efficiënt designbeleid (zie 2.12.4.3 maximaal scenario). In de huidige situatie is er nauwelijks sprake van overlapping.

2.1.2.2 Design, innovatie en technologie

Over het algemeen kent België veel en excellente R&D, maar toch levert dit te weinig nieuwe, marktklare producten op, onder meer door een gebrek aan profielen die in staat zijn vanuit de klant te denken. Precies daarom zet het Vlaams Agentschap voor Innoveren en Ondernemen in op **design-driven innovation**. Momenteel legt men de laatste hand aan een design actieplan dat precies de innovatieve aspecten van design wil beschrijven en verder in het economische beleid wil verankeren. Het gaat hierbij over een beperkt deel van de designwereld, namelijk design als methode voor innovatie binnen het bedrijfsleven en de R&D, onder andere via design management. Vlaio heeft hierbij aangegeven na deze oefening, die kadert in het Europese project Design4Innovation echter waarschijnlijk niet meer rechtstreeks te zullen inzetten op design, uitgezonderd de activiteiten binnen FlandersDC.

De complexiteit waarover sprake is onlosmakelijk verbonden aan de complexiteit van de huidige technologische revolutie, en die wordt alleen maar groter. Daarom is oplettendheid geboden om de sector niet meer en meer te blijven opsplitsen, want een in hokjes verdeeld veld beantwoordt echt niet aan de noden van de huidige realiteit. Het begrip co-creatie is reeds diep geworteld in de designpraktijk. Ook huren grote bedrijven steeds vaker designmanagers in, omdat ze inzien dat de complexiteit van hun bedrijfsstructuur dit vereist. Al deze signalen wijzen er op dat een **biotoop** waar kritisch nagedacht wordt over het wezen (of de wezens) van design, hard nodig is.

2.1.2.3 Design vanuit het onderwijs

Zowel het deeltijds kunstonderwijs als academisch artistiek onderwijs vormen de basisopleiding van de verschillende soorten designers in Vlaanderen. Een studie van het Departement Cultuur uit 2018 heeft uitgewezen dat meer dan 90% van de actieve designers een hoger diploma behaald heeft. De onderwijswereld en de ontwerpwereld blijven doorheen een heel stuk van de sector ook nauw met elkaar verweven. Aan de ene kant gaan er vanuit bepaalde opleidingen relevante conferenties en events door

waarbij het veld weer samenkomt (veelal in het grafische veld), ook zijn er zeer veel professioneel werkende ontwerpers die voor een deel van hun tijd lesgeven naast hun vormgevingspraktijk. Dezelfde studie uit 2018 gaf 27% van de actieve designers aan nog een taak te vervullen binnen de onderwijswereld. Zeker in disciplines waar er minder snel een economische return te verkrijgen is uit het designwerk (denk aan de ambachtelijke richtingen zoals glas en keramiek) zijn vele ontwerpers daarnaast ook lesgever. Net zoals bij de architectuuropleidingen zorgt dit voor een boeiende kruisbestuiving tussen academische wereld, technische opleiding en het praktijkveld.

2.1.2.4 Design en maatschappelijke uitdagingen

Heel wat maatschappelijke domeinen komen onder druk te staan. Onze samenleving wordt in toenemende mate geconfronteerd met *wicked problems*, problemen die zo breed en onoverzichtelijk zijn dat ze eigenlijk geen eenduidige oplossing hebben, zoals mobiliteit, vergrijzing, klimaatverandering, verstedelijking, energie- en afvalbeheer. Design wordt gebruikt in het aanpakken van deze maatschappelijke uitdagingen omdat het uitermate geschikt is als instrument om complexe problemen in een multidisciplinaire en holistische aanpak te kaderen. Ver buiten de grenzen van de oorspronkelijke cultuursector kan design op deze manier complexiteit via visuele en andere tools inzichtelijk maken voor alle betrokkenen. Design schept ook ruimte voor creativiteit en disruptief denken. Ten slotte garanderen de gebruikersbetrokkenheid van design en de klemtoon op co-creatie dat elk voorstel ook gedragen wordt door de eindgebruiker en door alle belanghebbenden.

Het ‘probleemoplossend vermogen’ van design kan ook aangewend worden in kleinschaliger onderwerpen met niettemin een maatschappelijke impact. Design is hierbij een waardevol proces en hefboom. Bepaalde designprincipes en -methodieken kunnen gemakkelijk in andere domeinen aangewend worden en werken dan capaciteitsverhogend door het verbinden van verschillende soorten kennis. Design is dus, los van zijn oorspronkelijke artistiek creatieve wortels, in staat om een baanbrekende rol te spelen bij het inzicht verwerven in de nieuwe uitdagingen waarmee we geconfronteerd worden en het zoeken naar nieuwe oplossingen hiervoor.



2.2 WAT VOORAF GING: LANDVERSCHUIVINGEN

De context waarin vormgeving opereert is het afgelopen decennium grondig door elkaar geschud. Het veld heeft de afgelopen jaren zowel op Vlaams als op regionaal vlak enkele veranderingen ondergaan die cruciaal zijn voor het begrip ervan. We overlopen ze eerst hier.

2.2.1 Wegvallen Design Vlaanderen als aanspreekpunt, promotor en katalysator

Design Vlaanderen fungeerde tot eind 2015 als steunpunt, adviesloket en belangenbehartiger voor de designsector. De werking van de organisatie bestond in 2014 uit 12 VTE's. Daarvan zijn er momenteel 2,3 VTE opgenomen binnen de werking van FlandersDC, waarbij hun werking een meer economische focus dan vroeger kreeg. De werking van Design Vlaanderen omvatte de gehele breedte van de designsector, en nam vele taken en ondersteunende functies binnen het ecosysteem op zich. Dit maakte dat de werking een totaalpakket vormde met vele belangrijke spill-over effecten. Los van het wegvallen van de officiële "projecten" (Kwintessens, Triennales, etc.) die Design Vlaanderen uitvoerde, vielen ook deze spill-over effecten weg. Na 2015 zijn er leegtes geslagen in het veld, die momenteel steeds duidelijker zichtbaar worden en (nog) niet worden opgevuld binnen het bestaande landschap.

Overzicht over veld en beleid

Design Vlaanderen maakte werk van het "erkennen" van designers middels lente- en herfstselecties. Bij erkenning, op basis van een portfolio met minstens 10 stuks door een zeskoppige jury, kon de designer ondersteuning en subsidies ontvangen. Ondanks kritiek op dit systeem (einde was december 2014), bestond er wel het voordeel dat Design Vlaanderen hierdoor de meeste designers die in die periode actief waren heeft geïnventariseerd. Een vergelijkbare databank bestaat momenteel niet meer. Deze selecties lieten ook toe ieder jaar een tentoonstelling te maken (De Nieuwe Oogst) met een lichte jongen designers die kon worden gelanceerd. Een in-diepte publicatie over hun werk in het tijdschrift Kwintessens maakte dat verhaal compleet.

Design Vlaanderen benaderde ook het designveld in zijn gehele breedte van materieel over immaterieel, grafisch en ruimtelijk ontwerp. Organisaties die momenteel in de sector actief zijn handelen vanuit een specifieke invalshoek of subdiscipline. Ook FlandersDC heeft zich qua ondersteuning van beursdeelnames teruggeplooid op enkel de interieursector.

Matchmaker en intermediair

Wekelijks contacteerden bedrijven en overheden Design Vlaanderen voor hulp bij het vinden van kwalitatieve ontwerpers. Een interne nieuwsbrief (Ossenbloedrood, later "oproep aan designers" genaamd) publiceerde oproepen van bedrijven die op zoek waren naar ontwerpers, waardoor ook matches ontstonden. Vele ontwerpers hebben namelijk nood aan het vinden van goede opdrachtgevers, en vice



versa. De inspanningen van Design Vlaanderen brachten grote veranderingen zowel bij de Vlaamse als de Federale overheid qua werken met service design.

Sensibilisering van het veld

Nog een belangrijke verdienste van Design Vlaanderen was om bedrijven bewust te maken van het belang van samenwerking met designers door middel van een lange campagne die zowel naar bedrijven als naar ontwerpers gericht was, waarbij de Triënnales ook als instrument werden ingezet. Ook workshops werden georganiseerd met de titel 'Design maakt het verschil', waarop telkens drie samenwerkingen tussen een bedrijf en een ontwerper werden voorgesteld, en zowel voor- en nadelen als problemen onderweg aan bod kwamen. De workshops waren vooral bedoeld voor bedrijven die nog niet met ontwerpers hadden samengewerkt maar het wel overwogen, en de presentaties hebben heel wat bedrijven overtuigd om nadien de sprong te wagen. Ze konden ook rekenen op de verdere begeleiding en matchmaking van Design Vlaanderen.

Promotie van design

De hoofdbrok van de activiteiten van Design Vlaanderen werd gecategoriseerd onder de noemer promotie, hoewel zij eigenlijk vele functies bestreek: tentoonstellingen in binnen en buitenland (5 per jaar in de eigen galerie, en reizende tentoonstellingen doorheen Europa), uitgeven van tijdschrift Kwintessens, uitreiken van de Henry Van de Velde Awards, sensibiliseringscampagnes, Vertegenwoordiging op beurzen via Belgium is Design, Triënnales voor Vormgeving, Europese projecten ter promotie en innovatie van design, website-plaats voor designportfolio's, een zeer up-to-date agenda van alle activiteiten in de sector, ... Design Vlaanderen had daarnaast ook een documentatiecentrum en designbibliotheek. Enkel de twee onderlijnde elementen bestaan momenteel nog steeds binnen de werking van FlandersDC, en qua beursdeelnames enkel voor de interieursector.

Ondersteuning door advies

Erkende designers konden beroep doen op de expertise van de medewerkers van Design Vlaanderen door eenvoudigweg een afspraak te maken voor portfolioadvies, hulp bij het opstellen van subsidiedossiers, vragen bij productieproblemen, hulp bij internationalisering of samenwerking met partners, zakelijke vragen rond topics zoals consignatie en royalty contracten, etc. Voor veel vragen was Design Vlaanderen het eerste aanspreekpunt van de vormgevingswereld. Ook werd Design Vlaanderen soms gevraagd bemiddelaar te zijn in een conflict tussen designer en bedrijf, en om een aantal rollen met betrekking tot designbeleid richting Vlaamse Overheid op te nemen.

Vinger aan de pols van trends

De introductie van immaterieel design in Vlaanderen werd bijvoorbeeld gestuurd vanuit een internationale trend die Design Vlaanderen vanuit de UK naar België heeft proberen brengen. Met trainings, toolkits, pilootprojecten, vormingen probeerde de organisatie zowel de designers als eventuele klanten te informeren en overtuigen van het nut van de methode. Ook de nauwe samenwerking met



OVAM hielp om ecodesign in de spotlight te zetten en het designveld hier, ver voor het tijdperk van klimaatbetogingen bewust van te maken. De laatste jaren werd veel ingezet op policy design en de terugkeer van ambachtelijkheid, inspanningen die niet geheel konden worden afgerond.

Subsidies (tot december 2014)

Design Vlaanderen keerde, op basis van het “decreet van 23 januari 1991 betreffende de vormgeving en de begeleiding van zelfstandigen en kleine en middelgrote ondernemingen” subsidies uit die complementair waren aan het Kunstendecreet. Iedere erkende designer mocht maximaal 3 keer per jaar, en voor maximaal 4000 euro per jaar subsidies aanvragen. Een aparte commissie kwam minstens vijf maal per jaar samen om deze toelagen te beoordelen. In 2014 was hiervoor 150.000 euro ter beschikking. De subsidies werden vooral aangevraagd door designers die wilden presenteren wat zij op dat moment aan het doen waren: catalogi, websites, deelname aan beurzen, professionele foto’s, tentoonstellingen, Kosten werden voor 50% vergoed tot aan het maximumbedrag.

Een unieke galerieruimte

Als enige niet commerciële galerie organiseerde Design Vlaanderen bijna 20 jaar lang tentoonstellingen die het discours hebben ontwikkeld rondom design. Tentoonstellingen als In Koeien van Letters (1997) hebben de grafische sector op de kaart gezet, Hout het Nieuwe Goud (2014) was een prelude op de terugkeer naar het ambachtelijk werken met basismaterialen, en de Nieuwe Oogst zette elk jaar nieuw jong talent in de kijker. Ook werden de *Belgium Is Design* tentoonstellingen getoond in de galerie, zodat ook het Belgische publiek deel kon zijn van wat er op internationale beurzen zoals Milaan getoond werd. Het wegvallen van dit platform wordt om verschillende redenen gemist. We gaan hier verder op in onder het hoofdstuk Presentatie.

Stimulering van de ontwikkeling van subsectoren

Vanuit het helikopterperspectief dat Design Vlaanderen had op het vormgevingsveld was het ook mogelijk om daar waar nodig bepaalde subsectoren extra te ondersteunen met impulssteun en speciale acties. Het tijdschrift Kwintessens werd bijvoorbeeld elke editie vormgegeven door een andere grafisch ontwerper, en vormde zo niet enkel een overzicht van de evolutie van Vlaams design doorheen de jaren, maar ook een doorlopende creatie-opdracht voor vormgevers in het grafische veld. Van 1992 tot en met 2007 legde Design Vlaanderen tevens middels officiële aankopen een waardevolle overzichtscollectie van vrije grafiek aan ter ondersteuning van het veld. Deze collectie werd in de loop van 2018 geïnventariseerd en overgedragen aan de vaste collectie van M HKA. Na 2007 verschoof de impulssteun van Design Vlaanderen vooral richting het veld van immaterieel design met speciale pilootprojecten ter ondersteuning, ontwikkeling en promotie van dit veld (zie hoofdstuk discours).

Netwerking via formele en informele kanalen

De werking van Design Vlaanderen bracht de designwereld bedoeld en onbedoeld samen. De Henry Van de Velde Awards, en de Belgium is Design drink in Milaan, fungeren nog altijd als de meest belangrijke



platforms waar men elkaar tegenkomt. Maar ook openingen van tentoonstellingen in de galerie en de triënnales hadden vroeger deze functie. Daarnaast bracht de reguliere werking van Design Vlaanderen op zich ook onbedoeld mensen samen. Het samenroepen van een redactieraad, wetenschappelijk comité voor een tentoonstelling, jury, beoordelingscommissie voor subsidies, brainstormworkshop, expertisegroep voor portfoliodagen, etc. waren allemaal momenten om banden met elkaar aan te halen en informatie uit te wisselen.

Regionale niveau op laag pitje en wegvallen Design Platform Vlaanderen

In het veld wordt daarnaast ook vaak verwezen naar het intussen ontbonden Design Platform Vlaanderen (DPV). Dit platform verbond tussen 2011 en 2014 “regionale” designactoren en Vlaamse spelers: Design Vlaanderen, Flanders Fashion Institute, Flanders In Shape en OVAM: Designregio Kortrijk, Antwerp.Powered.By.Creatives, Ministry of Makers en IDE Limburg.

Design Platform Vlaanderen werd opgericht in het kader van de VIA-plannen van de toenmalige regering om Vlaams design en vakmanschap in te zetten als middel voor de transformatie van Vlaanderen tot een creatieve, competitieve, polyvalente, menselijke kenniseconomie en internationale topregio tegen 2020. Het platform was echter een zeer kort leven beschoren en werd onder de nieuwe regering (2014-2019) afgebouwd.

Het wegvallen van deze subsidies voor Design Platform Vlaanderen, en de gelijktijdige overgang van vele regionale organisaties naar tijdelijke EFRO subsidies (hun taak werd hierdoor bedrijven creatiever maken middels design), zorgde ervoor dat de pas opgestarte werking van deze regionale platforms ondergefinancierd achterbleef. Enkel Designregio Kortrijk, met een brede werking op zowel economische als culturele thema's, en met diepgaande verankering in zijn stad en regio wist deze veranderingen quasi zonder kleerscheuren te doorstaan. IDE Limburg heeft geen activiteiten meer. Cultuurplatform Design dat hier deel van uitmaakte kantelde door de provinciale afslanking op 1 januari 2018 in bij Z33, het promotionele merk *We are Wonderful* zal wel worden bewaard binnen de nieuwe werking. De andere regionale platformen bestaan nog steeds, maar zijn geremd in groei, zetten zich minder in het centrum van de vormgevingswereld op zich, of kunnen momenteel minder naar buiten treden dan zelf gewent.

Op de koop toe werd het regionale niveau door de provinciale afslanking ook geconfronteerd met het wegvallen van de vele provinciale prijzen voor cultuur en vormgeving. Deze prijzen vormden een essentiële schakel in het ecosysteem door hun belang voor promotie, presentatie doorgroeikansen (zie verder 2.6.2.2).

De sector putte nieuwe contacten en groei uit de samenwerking met de verschillende regionale polen. Regelmatig overleg in combinatie met extra middelen voor de verbetering van het landschap werd als zeer positief ervaren. Vormgeving krijgt in de context van een breder kunstoverleg niet echt volwaardige plaats en is hier dus een lacune ontstaan. Samen met de verdwijning van Design Vlaanderen wordt de



verdwijning van Design Platform Vlaanderen ervaren als symptomatisch voor de negatieve houding tegenover het designveld.



2.3 HUIDIGE ONDERSTEUNING VAN DESIGNERS VIA HET KUNSTENDECREET

Zoals in het eerste deel reeds werd aangegeven, wordt vormgeving als discipline in het Kunstendecreet ondersteund. Dit echter maar voor een minimaal deel. Het veelzijdige en grensoverschrijdende karakter van het vormgevingslandschap maakt dat financiële ondersteuning van designers door middel van kunstensubsidies nooit in staat zal zijn het volledige veld te dekken. Daarnaast zijn de beschikbare middelen beperkt. Zelfs ontwerpers die in hun praktijk een zuivere artistieke weg volgen, komen slechts met moeite in aanmerking voor subsidies via het Kunstendecreet. Wat volgt is een poging om een aantal aspecten van de design-ecologie in Vlaanderen toe te lichten in relatie tot de bestaande subsidielijnen.

2.3.1 De gebroken tandem Kunstendecreet – Design Vlaanderen

Het Kunstendecreet is in voege getreden in 2006. Vanaf 2015 viel de 150.000 euro aan subsidies van Design Vlaanderen weg. Dit betekende voor het designveld, die ook middels het Kunstendecreet gemiddeld konden rekenen op 172.328 euro per jaar (berekend op de periode 2010-2014), een verkleining van de middelen met maar liefst 47%. Met dien verstande dat via de middelen van het Kunstendecreet ook organisaties worden betoelaagd en de subsidies van Design Vlaanderen voor een zeer groot deel ten goede kwamen aan de designers op zich. Gevoelsmatig ging het dus voor de designers over een nog groter verschil.

Nochtans waren de twee subsidielijnen niet uitwisselbaar, maar complementair. Terwijl de subsidies van het Kunstendecreet door vormgevers meer gebruikt werden voor reflectie en ontwikkeling van de discipline, waren de subsidies van Design Vlaanderen juist gericht op de presentatie en productie van designproducten. De subsidies van Design Vlaanderen boden middelen voor ontwerpers die een catalogus of brochure wilden uitgeven, die een verdergezette opleiding in het buitenland wilden volgen, die hun website wilden vernieuwen, die een stage wilde organiseren, of voor deelname aan beurzen, tentoonstellingen, workshops en colloquia in binnen- en buitenland. In de eerste fases waren er ook subsidies voor prototypes. Dit was een fundamenteel verschil met het Kunstendecreet waar projecten met een promotioneel, educatief of commercieel karakter niet in aanmerking komen. Op die manier waren de twee subsidielijnen complementair.

Momenteel bestaan deze subsidies dus niet meer. Dit laat leemtes achter in het veld die we stelselmatig in deze oefening zullen tegenkomen.

2.3.2 De huidige kunstensubsidies zoeken naar een utopische designer

Momenteel is er een mismatch tussen de groep vormgevers die binnen het Kunstendecreet terecht kunnen, en de groep vormgevers in Vlaanderen in zijn totaliteit. Het idee leeft dat de subsidie niet is aangepast aan de realiteit, en is ontwikkeld zonder kennis van de praktijken binnen de designsector. Het idee leeft



bijvoorbeeld bij designers dat het Kunstendecreet een praktijk verwacht die volledig los komt van het economische. Men heeft de indruk dat er wordt gezocht naar designers die een volledige loopbaan als kunstenaar uitbouwen, met beurzen, residenties en publiek werk. Het werken in opdracht, serie of voor bedrijven past minder goed in dit verhaal. Dergelijke hybride praktijk (artistiek ontwikkelend, samen met commerciële activiteiten) is echter eerder regel dan uitzondering voor ontwerpers. De designer staat bijna per definitie met één been in de economie en met een ander in de kunst, deze brug is een fundamenteel kenmerk van design, en een beter begrip hiervan is essentieel voor een goed subsidiebeleid.

Daarnaast zijn de subsidies gecreëerd volgens artistieke en autonome logica's. Dat wil zeggen dat des te artistieker een designer werkt, des te meer kans hij of zij zal maken op een subsidie. Designers worden hierbij gemeten aan de vereisten voor volledig artistiek opgeleide beeldend kunstenaars, theatermakers en muzikanten.

Designers in Vlaanderen worden echter zelden opgeleid om "enkel" te denken als kunstenaars. Uiteraard leren zij denken in de artistieke paradigma, en zoeken naar hun eigen stijl en stem, maar designers hebben steeds in hun opleiding ook toegepaste, materiaaltechnische en theoretische elementen. Zij ontwikkelen zich vaak niet geheel vrij van concrete problemen en een wereldse werkelijkheid. De designer als één profiel bestaat bovendien niet in Vlaanderen omdat de verschillende onderwijsrichtingen telkens op een bepaald medium zijn gericht zoals industrieel product, papier, keramiek, ruimtes, textiel enz. en niet op de algemene designmethodologie. De focus ligt vooral op het aanleren van vaardigheden en op vormgevend onderzoek, terwijl het artistieke en discoursgerichte aspect – het aspect dat bij subsidieaanvragen het meest wordt gehonoreerd – zo goed als ontbreekt in de opleiding.

Uitzondering hierop vormen de afgestudeerden van Design Academy Eindhoven. Hier wordt net wel heel sterk ingezet op de as artistiek, speculatief of critical. In Eindhoven krijgen studenten zowel het artistieke model als het profiel van de autonoom ontwikkelende vormgever mee. Zij richten zich in hun opleiding vaker op een "artistieke onderzoeksvraag" zoals bij andere kunstenaars en sluiten hierdoor beter aan bij wat men zoekt binnen het Kunstendecreet. Dit "overall-designprofiel" biedt haast geen enkele Vlaamse designopleiding aan, wegens altijd bezig met het medium waarin wordt gewerkt. Dit is de reden waarom jonge designers met een Vlaamse opleiding en een na-traject in Eindhoven meer vertegenwoordigd zijn onder de gehonoreerden. Eindhoven biedt gewoon het profiel aan dat momenteel het beste past in de huidige subsidie logica van het Kunstendecreet.

Het punt dat we hiermee willen maken is niet om de opleidingen in Vlaanderen aan te passen, maar veeleer om het profiel van de ondersteuning te diversifiëren, en meer aan te passen aan de brede designpraktijk zoals we die vandaag kennen in Vlaanderen. Anders bestaat het gevaar dat Vlaanderen structureel afgestudeerden van een Nederlandse opleiding stimuleert, en de eigen vormgevers in de kou laat staan, wat niet de bedoeling kan zijn. De Vlaamse opleidingen zijn immers momenteel erg goed afgestemd op de noden van de professionele wereld.

2.3.3 Eenzijdige subsidiëring die het veld nauwelijks dekt

Uiteraard is het designveld veel te groot en veel te complex om helemaal gedekt te worden door subsidies verstrekt door het Kunstendecreet. Er zijn naast cultuur nog andere sectoren die een beslissende rol spelen in het ecosysteem van design; de twee belangrijkste zijn waarschijnlijk economie en innovatie. Het zou de designwereld ten goede komen indien deze opnieuw zouden geïntegreerd kunnen worden in het ecosysteem voor vormgeving.

Zoals eerder ter sprake gekomen, is het huidige systeem opgedeeld op een wijze die niet overeenstemt met de realiteit en kunnen industriële vormgevers niet terecht bij het Kunstendecreet omdat hun werk in de meeste gevallen beoordeeld wordt als niet artistiek genoeg (ook al is het op technisch vlak bv. verdienstelijk of zelfs baanbrekend) en commercieel (want bedoeld voor de markt). Op zakelijk vlak is er reeds een vorm van adviesverlening, specifiek gedekt door FlandersDC, en die functioneert goed. Met betrekking tot onderzoek en ontwikkeling zijn er mogelijkheden voor de designer binnen de innovatiesubsidies, maar deze zijn toch vooral gericht op grotere bedrijven. Bij FIT kunnen designers toelages aanvragen voor deelname aan buitenlandse beurzen, al worden deze op commerciële gronden toegekend. OVAM toont inzicht in de designwereld door met beperkte middelen calls voor bedrijven uit te schrijven waarbij designers nieuwe paden kunnen inslaan om ecologisch ontwerpen vooruit te helpen. Daarnaast geeft OVAM ook advies hoe businessmodellen kunnen worden gecreëerd rond een bepaald ontwerp. Voor de startende designer is er begeleiding mogelijk via UNIZO en VOKA, maar deze houdt geen rekening met de specificiteit van het designveld, waardoor het slechts in aanmerking komt voor die designers die werken volgens een (strikt gedefinieerde) ondernemerslogica. Met andere woorden: in andere domeinen dan cultuur kan een bepaald profiel van vormgever terecht voor ondersteuning en subsidies, maar erg versnipperd, niet op maat van de sector, en zeker niet structureel. Een coherent beleid en visie dringt zich op.

////////////////////////////////////

2.4 ONTWIKKELING EN CREATIE

2.4.1 Wat is ontwikkeling binnen de discipline vormgeving?

Ontwikkeling van de artistieke praktijk ligt aan de basis van ieder kunstenveld, zo ook bij vormgeving. Artistieke praktijken binnen de discipline zijn van een grotere diversiteit dan de andere velden, waardoor een **overkoepelende visie hierop moeilijk lijkt**. Elke subsector heeft zijn eigen manier van werken, en daarbinnen zijn er ook nog vele varianten. Maar ontwikkeling en onderzoek worden slechts in mindere mate gekleurd door het veld waarin een ontwerper actief is materieel, immaterieel, ruimtelijk of grafisch. Deze velden hebben eerder een invloed naarmate er meer wordt opgeschoven doorheen de waardeketen richting productie, presentatie en distributie.

Design thinking ligt voornamelijk aan de basis van alle creatie en ontwikkeling binnen de discipline, ook al is dit zeker bij ambachtelijke ontwerpers veelal onbewust. De manier waarop onderzoek wordt gevoerd, en de toepassing van design thinking is binnen elke subsector in deze fase redelijk gelijkaardig. We kunnen aantal lijnen te trekken waarlangs vormgevers zich begeven doorheen hun traject ongeacht de discipline:

	Meer autonoom	Meer toegepast
Ontwerpen uit eigen initiatief	1	3
Ontwerpen vanuit opdracht	2	4

Ten eerste is er qua ontwikkeling en creatie de verhouding tussen **meer autonoom werk en meer toegepast werk**. Waarbij deze twee elementen als een as moeten worden beschouwd langs waar een designer zich kan bewegen. Autonoom werk dat meer richting de ontwikkeling van een eigen oeuvre en artistieke vraagstelling verloopt, zorgt ervoor dat ontwerpers, wanneer doorgedreven, gaan aanleunen bij de beeldende kunsten. Dit met het verschil dat vormgeving altijd een minimale gebruiksfunctie zal bewaren, of toch zeker de referentie naar die functie.

Toegepast werk is meer oplossingsgericht, of toegespitst op de kennis van een bepaald gekozen medium zoals keramiek of glas. In extremis loopt toegepaste vormgeving tot zeer geïntegreerde vormen van industriële ontwikkeling. Alle posities tussen heel autonoom en heel toegepast werken zijn mogelijk voor vormgevers, alsook de **combinatie** van een aantal posities doorheen hun carrière. Deze verhouding heeft een diepgaande invloed op de manier van creatie en ontwikkeling van artistiek werk van vormgevers.

////////////////////////////////////

Daarnaast is er de verhouding tussen werken **vanuit zichzelf of werken in opdracht**, iets dat op zich niet verschilt aan de andere kunstenvelden. Maar net zoals in de architectuursector is het werken in opdracht echter wel iets dat vaak voorkomt bij vormgeving, wat niet wil zeggen dat werken op eigen initiatief uitzonderlijk is. Opdrachten kunnen komen van bijvoorbeeld: individuen, kunstencentra, musea, bedrijven, etc. Qua ontwikkeling, artistiek experiment en onderzoek zorgt dit voor een andere invalshoek voor de ontwerper.

Een combinatie van de vier parameters creëert meteen een duidelijk beeld op de potentieel complexe situatie van creatie binnen vormgeving. Momenteel ondersteunt het Kunstendecreet vooral de ontwerpers die autonoom werken op eigen initiatief. Maar er bevinden zich in het huidige Vlaamse veld vandaag in **ieder kwadrant cultureel waardevolle praktijken**.

2.4.1.1 Ontwikkeling via opleiding van de vormgever als creatieveling

De overgrote meerderheid van professioneel actieve ontwerpers heeft momenteel een **voltijdse academische opleiding** achter de rug aan een van de in het eerste luik genoemde opleidingen. Momenteel zijn deze veelal gericht op een medium (textiel, keramiek, juweel, meubel, grafisch, ruimtes, etc.). Een belangrijk aspect bij het opleiden van vormgevers is, net zoals bij andere kunstenaars, het aanleren van zelf-reflectie en kritisch denken. Vormgevers hebben er belang bij zichzelf en hun werk/opdracht efficiënt en correct te kunnen kaderen in een bredere context, dit voor de juiste vernieuwing en de juiste positionering in het werk dat ze zullen voorstellen. Design en maatschappij hebben nood aan intelligente, kritische mensen, niet enkel aan uitvoerders. Nadruk in Vlaanderen ligt daarbij wel nog vaak op het aanleren van kwalitatieve manieren van experiment binnen een veld, niet het aanleren van design als breed toepasbare methode voor artistieke zelfreflectie (in tegenstelling tot bijvoorbeeld Design Academy Eindhoven). Er is een grote diversiteit aan opleidingen, wat vaak als een troef voor ons veld wordt gezien.

De professionele opleidingen hebben een evolutie doorgemaakt waarbij afstudeerrichtingen veelal voortkwamen uit artistieke trajecten (bv: vrije grafiek), die doorheen de loop der jaren verzelfstandigd zijn in een meer toegepaste “ontvoogde” vorm. Uiteraard zijn hier uitzonderingen op zoals de opleiding juweelontwerp van Sint-Lucas Antwerpen die doorgedreven artistiek werken. De oudere generatie ontwerpers is nog opgeleid binnen deze meer artistieke achtergrond en hebben veelal moeten leren werken in opdracht. Bij jongere generaties is dit meestal andersom, waarbij in de meest vooruitstrevende opleidingen cases van echte opdrachtgevers onder handen worden genomen, en het zoeken naar een autonome stem gestimuleerd wordt doorheen het toegepaste werken. Dit levert een generatie studenten op met **zowel praktijkkennis als artistiek onderzoekende attitude**. Dat maakt dat zij meer eenvoudig dan vroeger gemengde carrières hebben met vaak verschillende “stromingen” van meer toegepast (vaak ook ten brode) tot meer autonoom werk.



Er is maar een **kleine groep amateurbeoefenaars** van vormgeving. Vaak laat de aard van de discipline een amateurbeoefening niet toe (b.v. bij immaterieel of ruimtelijk ontwerpers), wat betekent dat op jonge leeftijd weinig personen spontaan in aanraking komen met de discipline. Dit betekent dat er zelden doorgroei is van een amateurbeoefening naar een professionele opleiding of positie in het veld (zoals wel bij bv. de disciplines muziek of dans), en er zeer weinig amateurverenigingen en -beoefenaars naast het professionele veld staan, ernaar opkijken en een publiek van het eerste moment vormen (zoals bij bv. theater en beeldende kunst).

Uitzondering daarop vormen de ontwerpers die vertrekken uit een materiaal en een verworven **ambachtelijke verwerkingstechniek** hiervan. Zij komen qua technische opleiding goed en soms zelfs beter aan hun trekken in het deeltijds kunstonderwijs. Op hoog niveau worden in 57 academies in Vlaanderen ateliers in glas, keramiek, juweel, metaal, hout en textiel onderwezen waar ambachtelijk experts in hun vak uit afstuderen. Ook bv. het Plantin Instituut voor Typografie staat hoog aangeschreven in de sector. De grote nadruk op techniek, maar mindere aandacht voor een artistiek onderzoekende attitude echter zorgt ervoor dat zij momenteel meestal niet doorstroomden naar het door Vlaanderen ondersteunde professionele kunstenveld. De behoefte bestaat daarom om artistieke begeleiding en ontwikkelingsgerichte beurzen ook open te stellen naar deze contexten waar eveneens talent gevormd wordt.

2.4.1.2 Doorgroeien na de start, opbouw carrière, talent en oeuvre

Het vakgebied van de vormgeving evolueert relatief vlug. Nieuwe materialen, methodes, technologieën en technieken komen snel, en vormen noodzakelijke tools om in de verschillende subdisciplines mee te kunnen blijven spelen. Digitalisering, nieuwe media, 3D printing, de opkomst van de ervarings- en diensteneconomie, ecologisch denken: zowel ambachtelijk als grafisch tot product design worden hierdoor als discipline gevat. **Levenslang leren** is voor ontwerpers dan ook onontbeerlijk, maar het volgen van afzonderlijke cursussen binnen een academische opleiding vormt vaak nog een te hoge drempel. Ook bevinden interessante bijscholingen zich vaak in het buitenland. De Provincie Limburg speelde binnen het eerste reglement van StroomInvest hierop in door subsidies te verlenen van maximaal 2.500 euro voor het volgen van een workshop of masterclass in het buitenland.

Toegepast, een traject van CutluurPlatform Design (Z33) dat een doorstart kent onder de noemer FORMAT, is een structurele eerste springplank voor **jong talent**. Tien jonge ontwerpers krijgen budget en begeleiding gedurende een jaar om na hun afstuderen zowel ontwikkeling als zichtbaarheid te creëren voor hun werk. Het traject is bekend in heel Vlaanderen en ontvangt ieder jaar vele kandidaturen. Z33 doet dit echter voor een hele specifieke niche van designers, namelijk zij die ontwerpen vanuit de drive om een eigen oeuvre gebaseerd op artistiek onderzoek te ontwikkelen. In Vlaanderen is er plaats voor meer organisaties die jong talent ontdekken, ondersteunen, begeleiden en verdiepen in de verschillende velden van de designwereld.



Bij de immateriële designer gaat deze tijd op aan het bestuderen van het gekozen onderwerp, vaak in combinatie met veldonderzoek en workshops met betrokkenen. Ook hier wordt een lange weg afgelegd voor de aanvang van een daadwerkelijke opdracht.

Maar dit geldt ook voor ontwerpers die hun werk niet zelf uitvoeren. De eerste onderzoeken naar materiaal, techniek, context of methode onderzoek zijn altijd van belang bij het begin van een artistieke vraagstelling, en vraagt een lange periode van research. Bovendien komt het ook voor dat designers zich doorheen hun carrière herhaaldelijk inwerken in nieuwe materialen, technieken of processen. In die opstartperiode kan er nood zijn aan financiële ondersteuning.

Ontwikkelingsbeurzen zijn dus noodzakelijk om een groep beloftevolle ontwerpers te laten doorgroeien. Net als in de andere kunstenvelden maakt dit onderzoeksproces namelijk een groot deel uit van het artistieke traject en hebben vormgevers tijd nodig om hun eigen stem te vinden dan wel een probleem langs vele kanten te benaderen. Deze artistieke ontwikkeling is bovendien zelden betaald, zelfs indien er uiteindelijk een koper bestaat voor het werk, wat beurzen een belangrijk instrument maakt om de discipline te laten te groeien, verdiepen of internationaal uit te bouwen.

De beurzen van de Vlaamse Overheid, Departement CJM voor ontwikkeling vormen een bepalende factor voor deze functie. Zoals in het eerste deel gesteld, kenden zij een doorstart vanaf het jaar 2013. Gemiddeld ging er in de periode 2013-2018 ca. 113.000 euro jaarlijks naar ontwikkelingsbeurzen voor vormgevers. Met een gemiddeld aanvraagbedrag van ca. 14.000 euro per beurs in die periode, resulteert dit in de ondersteuning van gemiddeld ca. acht vormgevers per jaar. Dat is uiteraard erg weinig voor dergelijk uitgebreid veld. In het algemeen heerst er bij designers ook het gevoel dat er in Vlaanderen te weinig plaats is voor onderzoek en experiment binnen de lijnen van de artistieke discipline. In Nederland kent het Stimuleringsfonds voor Creatieve Industrie starterssubsidies toe aan vormgevers en prille projecten (tot maximaal 7.500 euro). Dit bedrag kan worden gebruikt voor de ontwikkeling in de eerste fase van een idee of onderzoeksvraag zonder dat de designer een bewezen “kwalitatief” traject moet kunnen voorleggen.

2.4.2.3 Residenties en werkplaatsen

Zoals iedere creatieveling heeft de vormgever in de creatiefase baat bij residentieplekken en werkplaatsen. Afhankelijk van de organisatie en de ingesteldheid van de ontwerpers kunnen dergelijke residenties zich ontwikkelen tot plekken die ook een rol spelen in het ontvouwen van een discours. In dat geval kan een werkplek ook een toonplek en een vormingsplek worden. Een residentieplek kan fungeren als incubator voor de creatieve zoektocht. In werkplaatsen kunnen kunstenaars een project technisch en inhoudelijk ontwikkelen, via ondersteuning met materiaal, personeel en ruimte. Beide vormen een boost voor de ontwikkeling en netwerk van de vormgever.



In **Vlaanderen** is er geen residentieplek specifiek voor vormgeving. Qua werkplaatsen bestaan er de fablabs, hoewel hier meestal geen inhoudelijke ondersteuning en trajectbegeleiding wordt voorzien. Werkplaats voor grafiek Frans Masereel Centrum bedient zeer artistiek werkende ontwerpers. FLACC heeft een groot keramiek- en metaalatelier, hoewel zij altijd oproepen doen naar “visual artists”. Dit onderdeel van het landschap is qua ecologie voor vormgevers niet voldoende ontwikkeld. Er zijn op dit vlak nog veel opportuniteiten om dergelijke plekken op te richten en uit te laten groeien tot plaatsen die tevens hun rol opnemen in netwerking en kritische reflectie.

Nederland heeft enkele residenties die als positief voorbeeld kunnen doorgaan, zoals het gerenommeerde Europees Keramisch Werkcentrum (EKWC) in Den Bosch, waar tegelijkertijd 12 mensen samenwerken, onder wie 1/3 architecten, 1/3 ontwerpers en 1/3 keramisten, precies om de kruisbestuiving over disciplines heen te bevorderen. Residenten krijgen ook de mogelijkheid expertise van externen te betrekken. Ook de Maastrichtse Jan van Eyck Academie biedt residentieplekken aan met een vast aantal uren coaching, en een jaarlijks collectief toonmoment. Hiervoor is opnieuw financiële ondersteuning nodig voor de ontwerpers.



2.5 PRODUCTIE EN DISTRIBUTIE

2.5.1 Wat is productie binnen de discipline vormgeving?

Productie en distributie van vormgeving wordt gekleurd door het medium en de subsector waarin de ontwerper actief is (keramiek, glas, textiel, metaal, immateriële en digitale vormen van design, etc.). Elk van deze velden heeft zijn eigen wetmatigheden en invloeden wanneer het komt tot productie. Net als bij ontwikkeling echter kunnen we ook twee assen detecteren waarlangs productie gestructureerd is voor ontwerpers: werken zij in-house van een bedrijf of in dienst van een bureau vs. werken zij op onafhankelijke basis (eventueel in een collectief). Ten opzichte van zij die hun werk zelf produceren of laten zij dit produceren.

	In-house	Onafhankelijk
Eigen productie	1	3
Uitbestede productie	2	4

Ontwerpers die hun eigen ontwerpen produceren zoals ambachtelijk ontwerpers, grafisch ontwerpers (los van een eventuele druk die wordt uitbesteed), illustratoren, en de meeste service en social designers hebben **zeggenschap over de vorm en materialisatie** van het ontwerp tot in het kleinste detail. Ze zijn vaak opgeleid om hun materialen, technieken en methodes tot op het expertniveau te beheersen, en zullen hun ontwerperspraktijk dan ook altijd als gelinkt met het “maken” beschouwen. Zelden beperken deze ontwerpers zich enkel tot het conceptuele element van ontwerp.

Ontwerpers die hun werk niet zelf produceren ontwikkelen meestal het **idee of concept** dat zij dan ofwel rechtstreeks verkopen aan bijvoorbeeld designlabels, ofwel als betrokkene in productie zien gaan via onderaannemers (schrijnwerkers, 3D tekenaars, ingenieurs, programmeurs, ambachters, ...) ofwel industriële maakbedrijven. Hun praktijk is soms alsnog gelinkt aan een maakproces in de vorm van het opleveren van schetsen, maquettes of prototypes.

Onafhankelijke ontwerpers hebben de vrijheid in het kiezen van productiefaciliteiten en samenwerkingspartners, of methodes tot het bekwamen van het eigen kunnen.

In-house ontwerpers zijn in dienst van een bureau of bedrijf, en werken dus zo goed als altijd bijzonder toegepast. Productie voor hen is altijd gelinkt aan de kernactiviteit van hun werkgever en zal (zelf uitgevoerd of niet) aan bepaalde vooraf opgelegde standaarden moeten voldoen. Hoewel in-house

////////////////////////////////////

ontwerpers werden meegenomen in de werking van Design Vlaanderen omdat zij hoewel minder zichtbaar, het vormgevingsveld wel mee inkleuren. Bedrijven hebben vaak de neiging om in-house designers te verbergen, niet met hun naam te vernoemen en alleen met de ontwerpen op de markt te komen. Het zichtbaar maken van hun werk, artistiek experiment, en aansluiting bij bepaalde trends helpt het begrip van wat vormgeving is te vergroten. Tegelijkertijd maken in-house gemaakte ontwerpen integraal deel uit van het oeuvre van de ontwerper, zoals bv. het Sonjakopje deel is van het oeuvre van Piet Stockmans, hoewel ontwikkeld binnen Royal Mosa. Voor deze designers is zichtbaarheid en erkenning voor hun werk dus van cruciaal belang.

2.5.2 Atelierplekken

Vele design kan vanachter een bureau geproduceerd worden (ruimtelijk ontwerpers, grafisch ontwerpers, immaterieel ontwerpers). Dat neemt niet weg dat verschillende materiële ontwerpers atelierruimtes nodig hebben met vaak gespecialiseerde apparatuur. Ateliers zijn voor hen nodig voor zowel het dagdagelijkse experiment met materialen en technieken, als voor de uitwerking van bepaalde vormen van hun artistiek ontwerp. Bij gebrek aan collectieve werkplekken investeren veel ambachtelijk ontwerpers in hun eigen atelier, wat kosten van eigen machines en installaties met zich meebrengt. Zeker voor keramisten, glasblazers en metaalontwerpers kan de **opstartkost** aan de hoge kant zijn. Renteloze leningen en alternatieve financieringsmodellen kunnen hier een uitkomst bieden, zo verkocht Unfold in 2008 bijvoorbeeld een aantal symbolische aandelen in hun artistieke werking om de aankoop van een 3D printer te kunnen bekostigen.

In de grote steden is er vaak een atelierwerking waar ruimtes ter beschikking van creatievelingen worden gesteld. Dit is een goede dienstverlening hoewel deze **capaciteit** vaak ontoereikend is met soms tot 160 kandidaten voor 1 plaats. Deze problematiek kadert echter in een bredere discussie die tevens geldt voor beeldend kunstenaars.

2.5.3 Financiering van een productie binnen het materiële ontwerp

In vele gevallen kost de productie van bepaalde vormen van ontwerp **enkel arbeidstijd** en kleinere materiaalkosten. Dit is zo voor grafisch ontwerpers, illustratoren, immaterieel ontwerpers en ruimtelijk ontwerpers. Voor designers van materiële ontwerpen ligt dat anders.

Wanneer een ontwerper samenwerkt met een galerie, kunstencentrum of een designlabel worden meestal alle of een **aantal productiekosten gedekt** in respectievelijk ofwel een uitkoopsom, ofwel een percentage van de verkoop, ofwel beiden. De werkingsmiddelen die voor productie voorzien worden voor een aantal actoren binnen het Kunstendecreet zijn daarom bijzonder belangrijk voor de vormgevingssector. Voor sommige ontwerpers is dit de enige manier om nieuw werk in productie te kunnen zien gaan. Designlabels staan daarnaast meestal ook in voor de kosten van prototyping en verdere ontwikkeling.



Voor ontwerpers die ervoor kiezen te werken met een designlabel geldt wel een nood aan **tijd voor experiment en ontwikkeling**. Het vergt tijd om een ontwerp te ontwikkelen dat kan passen in de unieke portfolio van een designlabel. Net als bij schrijvers is voor vormgevers de uitgebreide creatietijd van een werk dat uiteindelijk niet zal worden uitgegeven een risico tot financiële aderslating.

2.5.4.2 Agenten

Voor sommige designers kan het zinvol zijn om te werken met een agent. Deze **tussenpersoon** onderhoudt voor de ontwerper of een bepaald label contacten met winkels in een bepaald geografisch gebied. Hij of zij kent de profielen van deze winkels goed, en brengt dus enkel designers aan die daarin passen. In ruil voor deze gespecialiseerde matchmaking staat de ontwerper een percentage van de verkoop af. Dergelijke tussenpersonen helpen ook ontwerpers bij het leren kennen van nieuwe klanten en markten.

Het werken met een agent heeft wel de implicatie dat een designer (in tegenstelling tot werken met een designlabel) meestal zelf instaat voor de productie. Dit omdat de ontwerper zelf zijn producten ambachtelijk maakt, dan wel omdat hij/zij de contacten met de maakindustrie zelf overziet.

Het wederzijds leren kennen van agenten en (vooral jonge) ontwerpers is in het begin van de carrière een hele opdracht. Netwerking en platformwerking kunnen beide partijen sneller bij elkaar brengen.

2.5.4.3 In eigen beheer

Veel ontwerpers werken ook in eigen beheer. Hier rekenen we de ontwerpers toe die een **eigen winkel of webshop** oprichten waar zij hun producten kunnen verkopen. Zij houden dan zowel de productie als de distributie volledig in eigen hand. Voor sommige ontwerpers is dit een expliciete keuze omdat zij van A tot Z betrokken willen zijn bij het proces van het brengen van een ontwerp naar een publiek, bij anderen is dit uit noodzaak. FlandersDC helpt ontwerpers met vragen over distributie en verkoop in eigen beheer door middel van advies rond prijszetting, het opstarten van een eigen galerie of winkel, en deelname aan verkoopsbeurzen zoals Maison&Objet.

Daarbij komen ook de ontwerpers die producten **binnen een artistiek circuit tentoonstellen**. Wanneer dit via galeries gebeurt, zullen zij meestal instaan voor de distributie van de werken: van en naar de ontwerpers, van en naar de galerie, en van en naar beurzen en klanten. Bij ontwerpers die zich zonder galerie moeten of willen profileren, en tentoonstellen binnen cultuurcentra, kunstencentra en musea is er vaak slechts een beperkte ondersteuning qua distributie. Dergelijke presentatie en distributie kost geld, tijd en is administratief belastend. Een ontvangende instelling dekt doorgaans wel de vervoerskosten, maar niet het administratieve werk dat eventueel komt bij kijken (zeker bij internationaal) tentoonstellen. Ontwerpers maken hun verpakkingsmateriaal vaak zelf, zijn vaak betrokken bij de op- en afbouw van hun werk, en hebben als versturende/ontvangende partij werk met het in orde maken van de douane.



Zelfs de meest succesvolle Vlaamse designers die op deze manier werken en internationaal worden opgepikt, hebben dan nog ook naast hun artistieke activiteiten een (meer) winstgevende productie nodig.



2.6 PRESENTATIE EN PROMOTIE

Presentatie is voor vormgeving een functie die nauw aanleunt bij promotie, ze gaan vaak hand in hand. Dit geldt zeker voor spelers met een commerciële inslag, maar ook non-commerciële spelers maken vaak van de mogelijkheid gebruik om design te tonen en hier een boodschap aan te verbinden: “dit is goed design”, “dit is wat design kan doen”, “hierom is design goed voor een betere wereld”. Bovendien fungeren enkele van de grootste presentatieplatformen die de sector kent eigenlijk tot de festivals en beurzen (Dutch Design Week, Milan Design Week) met een promotionele inslag. En voor ontwerpers die in opdracht werken is het eigen kunnen tonen op een website, presentatie of portfolio gelijk aan het tentoonstellen van hun werk.

2.6.1 Presentatie

Presentatie van vormgeving vormt, veel meer dan productie, een **kerntaak** van het culturele veld. Het verzamelen van werk in tentoonstellingen is een manier om een publiek te laten kennismaken met de tendensen en ontwikkelingen binnen het vormgevingsveld. Het presenteren van design laat namelijk toe het in een context te plaatsen met gelijkaardige onderwerpen, een ontwikkeling aan te kaarten, en hier een discours rond te ontwikkelen. Voor sommige designers is het fysieke daarbij essentieel. Een platform geeft daarom bij voorkeur toegang tot het concrete product, omdat tactiliteit, materie en afwerking een belangrijke rol spelen en deze bij een digitale voorstelling niet waarneembaar zijn. Er zijn voor materiële ontwerpers verschillende organisaties die zich bezighouden met het presenteren van design. Zeer weinigen echter doen dit binnen de context van het cultuurbeleid of het Kunstendecreet.

2.6.1.1 Galeriers

Net zoals in de sector van de beeldende kunsten zijn er verschillende soorten galeriers. Ze worden vooral onderscheiden door de portefeuille aan designers die zij vertegenwoordigen (startend/gevestigd, bekend/onbekend) en de portefeuille aan klanten en contacten die zij hier tegenover kunnen zetten. De meest prestigieuze galeriers in het veld vertegenwoordigen de meest kwalitatieve groep van designers en gaan tot het uiterste om hen te tonen en promoten op beurzen en fora in binnen en buitenland. Anderen nemen eerder de rol op van verkoper van het werk, dan te investeren in de zichtbaarheid van de designer en zijn werk buiten de muren van de galerie. Soms hebben designers ook hun eigen galerie.

Er zijn een aantal **galeriers voor vormgeving** in Vlaanderen. De drie meest bekende en geciteerde zijn wellicht: Victor Hunt Gallery, Valerie Traan Gallery en Maniera. De meest kwalitatieve galeriers focussen niet louter op presentatie maar ook op het bieden van kansen in de fase productie. Ontwerpers leveren bestaand werk en maken soms ontwerpen in opdracht van de galerie die in een gelimiteerd aantal worden gerealiseerd. De werking gaat dus voorbij het traditionele domein van tonen, creëren en produceren.

Daarnaast zijn er nog **vele andere** die een grotere of kleiner deel van de designwereld opnemen en vertegenwoordigen richting verzamelaars en geïnteresseerden: Galerie Sofie Lachaert, Valcke Art Gallery, Pont en Plas Gent, Puls Brussel, etc. Niet alle galeries zijn enkel toegespitst op hedendaagse vormgeving, sommigen verkopen ook vintage en klassiekers van het 20^{ste}-eeuws ontwerp, veelal in de domeinen meubel, keramiek en glas, zoals bijvoorbeeld (deels) Modern Shapes uit Antwerpen. Zij fungeren gelijkaardig aan dergelijke galeries binnen de kunsthandel.

Kanttekening hierbij is dat, terwijl het voor een kunstenaar quasi vanzelfsprekend is om een galerie te zoeken, is dit voor een vormgever veel moeilijker. Niet alleen is de markt beperkt, de prijzen voor vormgeving liggen ook meestal lager dan voor beeldende kunstenaars. Ook is het galeriewezen meestal geïnteresseerd in “collectible” high-end design, vaak in unieke stukken, en kan dus slechts een miniem deel van de design gemeenschap vertegenwoordigen. De emancipatie van de designer in het galeriewezen is dus nog steeds gaande.

Doorheen de interviews die wij deden in Vlaanderen was vooral het **gemis aan een niet-commercieel platform en “vitrine”** een constante in quasi al de gesprekken. Er wordt een laagdrempelige toonplek voor hedendaags design gemist naast de plekken van de commerciële design galeries. Vroeger kon men hiervoor terecht in de galerie van Design Vlaanderen. Voor alle vormen van ruimtelijk, grafisch, immaterieel design, en industrieel design was zij een unieke plek, zowel qua presentatieplaats als instelling die kon wegen op het Vlaamse discours rondom design. Ook voor jonge designers en designers die ofwel niet commercieel, ofwel in grote massaproductie werken was zij een uitkomst. Designers in deze velden kunnen momenteel bijna nergens meer terecht om hun werk binnen een kwalitatieve en gekaderde omgeving aan een breder publiek te tonen.

2.6.1.2 Culturele instellingen

Naast galeries zijn er in Vlaanderen slechts een handvol kunstenuorganisaties die design tonen. Binnen de **kunstencontext** zijn Z33 en BOZAR veruit de belangrijkste.

Z33 heeft van vormgeving een hoofdthema gemaakt maar toont vooral de speculatieve en kritische vormen van design, dewelke erg aanleunen bij de sector en manier van werken binnen de beeldende kunsten. Daarnaast maakt Z33 ook van participatief design en co-creatie een speerpunt, is zij gespecialiseerd in kunst en design in de publieke ruimte, en zet zij met FORMAT actief in op het ontwikkelen en begeleiden van jong designtalent. Hoewel wereldwijd erkend, vatten deze activiteiten lang niet het gehele spectrum van het veld. Z33 organiseert en ondersteunt momenteel ook wel meer brede en toegankelijke design tentoonstellingen in Genk en C-Mine (Manifesta 9, Wonderful-design in Limburg, De wereld van Charles en Ray Eames, A School of Schools, en in 2020 Papanek). Bij de opening van het nieuwe gebouw eind 2019, zal Z33 opnieuw in drie grote en drie kleine tentoonstellingen per jaar de overlap tussen vormgeving en beeldende kunst in de kijker zetten.



Sinds januari 2015 is BOZAR elk jaar de host van de Henry Van de Velde Awards (FlandersDC) tentoonstelling, en krijgt op deze manier veel designliefhebbers over de vloer. BOZAR vult met het ontvangen van deze tentoonstelling een gat op dat gevallen was bij de restauratie van de lokettenzaal van het Vlaams Parlement (waar voorheen de tentoonstellingen plaats vonden). Deze tentoonstelling past perfect in de receptieve werking die BOZAR ook ontplooit op vlak van architectuur, en is een mooie aanvulling in hun andere programmatie. Het jaarlijkse overzicht van wat design kan zijn, zonder gebonden te zijn aan een bepaald thema is verrijkend en toegankelijk voor een breed publiek. BOZAR toont ook op regelmatige basis het oeuvre van vooral Belgisch meubelontwerpers die vaak vergezeld worden door een catalogus. Deze tentoonstellingen zijn qua opzet eerder klein maar gratis en trekken zo veel bezoek.

Ook op **regionaal vlak** wordt er design getoond. Antwerp.Powered.By.Creatives houdt ieder jaar in de Winkelhaak in Antwerpen een tentoonstelling van de award winnende ontwerpen van vormgevers uit de provincie Antwerpen. En in Kortrijk is er geregeld design te zien naar aanleiding van een project van DesignRegio of het Buda::lab, en natuurlijk naar aanleiding van Biennale Interieur. Beide steden kennen echter qua design presentaties geen doorlopende structurele programmering.

Daartegenover staan er in Vlaanderen wel een heel aantal **erfgoedorganisaties, musea en toeristische instellingen** die een deel van het designveld “structureel” tonen: Design Museum Gent, DIVA Antwerpen (ex-Zilvermuseum en ex-Diamantmuseum), ADAM Brussel, MiMA Brussel, GlazenHuis Lommel, Domein Bokrijk, Plantin-Moretus Museum, Texture Kortrijk en tot op zeker hoogte ook MIAT Gent (voor de processen rond weven en drukken). Veelal gaat het hier over een bepaalde sub-discipline dan wel een erfgoedwerking vanuit een collectie.

Design Museum Gent opent over enkele jaren (mogelijks 2023) een nieuwe vleugel ‘DING’ (Design in Gent) dat als third place een schakel kan vormen tussen de bestaande tentoonstellingsruimtes en de stad. Het wordt een gratis toegankelijke plek voor bezoekers en toeristen die niet de intentie hadden om het museum te bezoeken maar middels een nieuwe “vitrine” kunnen kennismaken met design en de museumcollectie, met tevens ruimtes voor workshops, lezingen en debatten.

2.6.1.3 Andere initiatieven en disciplines

Hier en daar wagen ook andere private initiatieven zich aan de presentatie van design (bv. winkels en kleinere vzw's). Zo is design te zien op designbeurzen en -festivals en ook hogescholen en het deeltijds kunstonderwijs probeert dit te doen met behulp van hun studenten (bv. de eindejaarstentoonstellingen). Dit alles schetst een beeld van het landschap als een verzameling kleine fragmenten met beperkte actieradius. Tegen deze achtergrond zou een centrale ontmoetingsplaats voor de hele designsector in al zijn diversiteit een enorme boost geven, om te beginnen op het vlak van uitwisseling en kruisbestuiving tussen de verschillende design sectoren.



Bovenstaand overzicht gaat namelijk meestal enkel over materieel ontwerp. Ruimtes en organisaties om een overzicht te creëren van immaterieel ontwerp, ruimtelijk ontwerp en grafisch ontwerp zijn er momenteel in Vlaanderen weinig. Deze disciplines worden zelden “op zich” gepresenteerd, tenzij ze voorkomen in een tentoonstelling op een van de eerder genoemde locaties. Het Vlaams Architectuur Instituut heeft soms aandacht voor interieurvormgeving wel voornamelijk vanuit een architecturale context. Illustraties en grafisch ontwerp worden uiteraard wel vaak gedeeld in de media waarvoor zij bedoeld zijn: gedrukt op papier, of op diverse kanalen online. Meestal worden de evoluties binnen deze velden eerder gepresenteerd op congressen en lezingen.

2.6.2 Promotie

2.6.2.1 **Het onmiskenbare belang van promotie voor vormgeving**

Promotie (en de daarbij horende discoursvorming, zie 2.8.2.1), zijn een wezenlijk element in de vormgevingssector om vijf redenen:

Ten eerste is, zoals reeds gesteld, kampt de discipline soms met een **onzichtbaarheid**. In een wereld waar alles is voorbestemd om vormgegeven te worden, verdwijnt design in het niets. Het wordt niet meer opgemerkt omdat het overal in verwerkt is, van balpen tot kantoorinrichting tot website. Daarnaast vereisen de bouwstenen van de “symbolische” waarde van een bepaald ontwerp vaak expertise en duiding, bijvoorbeeld het eventuele innovatieve gebruik van technieken en materialen of bepaalde ergonomische en ecologische overwegingen. Zoals besproken, zijn die expertise en duiding weinig aanwezig wat opnieuw leidt tot onzichtbaarheid of soms onbegrip. Uiteraard dragen designers in hun persoonlijke communicatie en promotie ook bij aan het zichtbaar maken van design. Maar de designsector heeft ook een organisatie nodig die daar bewustwording rond creëert, niet in het minst in het kader van juiste participatie en correct opdrachtgeverschap.

Ten tweede is het beroep “designer” niet beschermd. Ondanks een duidelijk aantal opleidingen die werden besproken in het eerste deel, en een zeer duidelijke methodiek die ten grondslag ligt aan de discipline, kan in tegenstelling tot architect en jammer genoeg net als de interieurarchitect, iedereen en niemand zich vormgever noemen. Dat is op zich geen probleem, ware het dat het voor opdrachtgevers en publiek lastig is om het kaf van het koren te scheiden. Zeker in de zeer toegepaste contexten is het werken met professionele designers een must voor het verkrijgen van goede oplossingen. Veldkennis en **communicatie van die kennis** is nodig om als participant en opdrachtgever te kunnen begrijpen wie de wetmatigheden van het veld volgt, wie komt met innovatieve ideeën, wie er ethisch werkt, ...

Ten derde wordt de sector gekenmerkt door een hele groep ontwerpers die eigenlijk in opdracht werkt. Designers die **in opdracht werken** (o.a. de meeste grafisch en ruimtelijk designers) moeten zich daarom kunnen voorstellen aan opdrachtgevers. Meteen al na het afstuderen moeten vormgevers daarom, naast het uitbouwen van een oeuvre, ook investeren in het verwerven van zichtbaarheid en geloofwaardigheid

om professioneel met een opdrachtgever in zee te kunnen gaan. Het opstarten van de praktijk neemt zo een lange aanloop, aangezien niet alleen gezocht moet worden naar een artistieke stem, een zakelijke manier van overleven, maar ook een manier om met dit alles communicatief en promotioneel naar buiten te komen om de eerste opdrachten binnen te halen. Dit is een langdurig proces, en intussen moeten beginnende ontwerpers van hun werk kunnen leven. Ondersteuning op vlak van zichtbaarheid is voor velen nodig. Er is een expliciete vraag naar een platform waarop men zich kan presenteren binnen het circuit, aan bedrijven en klanten, en aan de buitenwereld. Een geïjkt platform voor Vlaamse ontwerpers, waar ze zich met hun portfolio en expertise kunnen presenteren en waar potentiële klanten op zoek kunnen gaan naar het gewenste profiel zou ook de 'matchmaking' veel efficiënter laten verlopen dan nu het geval is.

Ten vierde wordt de sector meer en meer internationaal. De **Vlaamse markt is qua omvang kleiner dan die van Londen** alleen. Internationale profilering is dus onontbeerlijk wil de sector kunnen groeien en overleven op lange termijn. Het tonen van Belgisch design op internationale fora is belangrijk, maar de Belgische designer moet ook naar het buitenland kunnen gaan en zichzelf internationaal 'aan de man kunnen brengen'. Enerzijds is er een continue flow van internationale workshops, congressen, lezingen etc. en anderzijds zijn er de internationale designbeurzen. Om de eigen sector te helpen blijven meedraaien op wereldniveau, producenten te vinden, de verkoop stimuleren, netwerken uit te bouwen en daarmee ook bekendheid te genereren voor de individuele ontwerper en voor Vlaanderen als designregio, moeten er een bepaald niveau van promotie zijn, niet enkel vanuit een economische logica maar ook vanuit een culturele.

Tenslotte, ook voor **copyright problemen** is paradoxaal genoeg goede promotie in de vormgevingssector haast nog meer van belang dan in andere sectoren. Ontwerpen worden snel gekopieerd, zeker bij aantrekkelijkheid. Een groot deel van de vormgevers concentreert zich daarom eerder op het maken van steeds nieuw en innovatief werk, eerder dan het beschermen van gemaakte designs op zich. Het is voor een vormgever namelijk erg moeilijk zich tegen kopieën, of om zijn verzorgde bescherming af te dwingen via juridische weg. Eerder dan zich daarmee bezig te houden, zien designers een actieve en snelle vorm van promotie als copyright bescherming. Vele primeurs worden gegeven tijdens Milaan Design Week, gelauwerd in tijdschriften of awards. Indien een vormgever op deze events zijn product kan laten zien, of indien het kan worden gepubliceerd, kan de designer de morele eigendom in ieder geval op zijn naam schrijven. Wanneer genoeg mensen een bepaald design namelijk kennen en herkennen, dan is het kopiëren ervan voor bedrijven minder gewenst. Goede promotie snel na de lancering, met vermelding van designers, jaartal en professioneel beeldmateriaal helpt dit tegen te gaan.

Die nood aan promotie heeft geleid tot het innemen van een zeer centrale plek voor awards en beurzen in de vormgevingssector.



2.6.2.2 Awards

Awards vormen ook een belangrijk terrein voor de designsector. Het is het instrument bij uitstek om zichtbaarheid te geven aan het designwezen, en de ontwerpen daarin, en om een kwaliteitslabel toe te kennen aan “goed” design. Precies omdat promotie op het veld zo belangrijk is, zijn er verschillende soorten awards.

De **Henry Van de Velde Awards** werden voor het eerst uitgereikt in 1994 door Design Vlaanderen, en worden momenteel verder georganiseerd door FlandersDC. De prijzen zijn uitgegroeid tot de grootste en meest prestigieuze van België, en vormen quasi het enige event in Vlaanderen dat momenteel aandacht heeft voor design in de brede zin van het woord, zonder een enkele sector meer aandacht te geven dan een andere. Van materieel, immaterieel, grafisch en ruimtelijk ontwerp, alles komt aan bod. Het zijn prijzen met een brede uitstraling, veel aandacht en veel impact.

Toch gaan er in de sector stemmen op dat het artistieke en ambachtelijke wat ondersneeuwt onder de andere categorieën. Na 2015 zijn de geldprijzen en de zilveren trofee die ten grondslag lagen aan deze award weggevallen. Het gaat momenteel om erkenning, het geven van visibiliteit aan de sector en het tonen van kwaliteit. De uitreiking en tentoonstelling in BOZAR en de bijhorende catalogus worden echter door zowel de bedrijven als de ontwerpers ervaren als welgekomen ankerpunt in het veld, voor redenen van overzicht, netwerking en discours. Het is een moment waarop de hele sector, van designers, critici, bedrijven, scholen en beleid samenkomt, en bedrijven en ontwerpers de mogelijkheid hebben hun werk aan een ruimer geïnteresseerd publiek te tonen.

Andere prijzen die in Vlaanderen een plek innemen zijn de Ultima voor Vormgeving (elke twee jaar uitgereikt door de minister van Cultuur), de Belgische Designer van Het Jaar Award (prestigieuze prijs uitgereikt Knack/Le Vif Weekend en Biënnale Interieur vzw), en in mindere mate de Platin-Moretus prijs, Interieur Awards (voor een internationaal product), BKPK Awards (uitgereikt voor vakmanschap en ondernemerschap). Een belangrijke internationale prijs voor ambachtelijk vormgevers is de Loewe Craft Prize, met altijd een zeer kwalitatief hoogstaande standaard. OVAM organiseert de ecodesign award voor studenten die fungeert als springplank naar een bedrijf, een eerste job of opdracht. Een wedstrijd als deze helpt jong talent zich te profileren, maar heeft daarnaast ook een positief effect op de ontwikkeling van bedrijven, omdat het ecologisch denken via een ander kanaal onder de aandacht brengt en kansen creëert voor samenwerking met een geschikte ontwerper.

2.6.2.3 Designbeurzen

Beurzen zijn de plekken waar de sector zichzelf laat zien, nieuwe ontwerpen voorstelt, feedback van collega's verzamelt, en elkaar informeel tegenkomt. Ook worden beurzen gebruikt om een inzicht te krijgen in de stand van zaken van een veld, en eventueel geïnspireerd van terug naar huis te keren. Beurzen vormen een uniek ankerpunt binnen de vormgevingssector, en nemen (net zoals grote



filmfestivals, de boekenbeurs en enkele modeweeken) een vitaal en onmisbaar deel van het ecosysteem van deze sector op zich. Let wel, dit geldt niet voor alle designvormen. Service en policy designers, en vaak ook grafisch ontwerpers, hebben bijvoorbeeld weinig met beurzen. Zij zoeken eerder naar vormen van lezingen en congressen om zowel aan promotionele, reflectie als netwerkingsnoden te voldoen.

Designbeurzen vallen uiteen in de promotiebeurzen (bv: Salone del Mobile in Milaan) en verkoopsbeurzen (bv: Maison & Object in Parijs). In het eerste geval is aanwezigheid gewenst om zichzelf te promoten, nieuwe partners te vinden, te reflecteren, een overzicht over het veld te verwerven, te netwerken, etc. In het tweede geval is er ook de mogelijkheid om naast de promotie een aantal tentoongestelde zaken te verkopen (meestal aan handelaars). Beurzen vormen een van de belangrijkste promotie platforms voor designers, en fungeren als verkoopsplatform voor vele soorten designers die werken vanuit hun eigen verhaal. Zelfs voor ontwerpers die werken in opdracht is aanwezigheid op een beurs interessant voor eventuele netwerking met potentiële opdrachtgevers.

Voor zeer artistiek design is Design Miami een belangrijke commerciële beurs voor verzamelaars, galeries, designers, curatoren en critici (twee maal per jaar, afwisselend georganiseerd in Miami en Basel). Dichterbij huis zijn vooral Maison&Object (Parijs), Biënnale Interieur Kortrijk en de Week van het Ontwerpen, Belgium Art&Design fair (Gent), Collectible (Brussel) en Dutch Design Week (Eindhoven) van belang voor de materiële en ruimtelijk ontwerpers, en de social designers. De Buchmesse in Frankfurt is dan weer een belangrijke plek voor grafisch ontwerpers en illustratoren. Dan zijn er nog verschillende beurzen die elk in hun sector een specifiek belang hebben zoals Schmuck voor de juweelontwerpers en Talente voor jonge ambachtelijke designers (beiden tijdens Munich Jewellery Week), en Collect in de Saatchi Gallery in Londen vooral voor keramiek, edelsmeedkunst en glas.

Maar het grootste designevent is de **Milan Design Week**, dat doorgaat in april rondom de grootste beurs ter wereld het Salone del Mobile. Op dit moment zakt hele designwereld af naar Milaan, voor de beurs (370.000 bezoekers) en de talloze hieraan gekoppelde events en tentoonstellingen doorheen de hele stad. Ook voor Belgische ontwerpers in de materiële en ruimtelijke velden is dit een niet te missen hoogmis ieder jaar. Het profiel de van Milan Design Week is niet langer puur gericht op meubelontwerp, maar is een plek geworden waar bedrijven, kunstenaars en creatieven in de breedste zin van het woord elkaar kunnen vinden.

Het is werkelijk een must voor materiële ontwerpers om naar beurzen te gaan. Aanwezigheid op een beurs is wel een **hele investering**: tijd, reisafstand, geld, aandacht, standenbouw, plaatsgeld, marketing, Voor een beginnend ontwerper is dit bijna onmogelijk te financieren. De meeste tijd en geld is gegaan naar de opstart en ontwikkeling van eigen artistiek werk in een portfolio of collectie. Het is niet evident om op zo een moment schulden te maken, terwijl niemand kan voorzien of de designer wel opgepikt zal worden. Het is, zeker voor jonge ontwerpers, ook moeilijk te weten hoe een beurs werkt, wat de beste plekken zijn, wat voor publiek er komt, en hoe men zich het beste voorbereidt. Dit geldt vooral bij beurzen



die gekoppeld zijn aan een verspreiding van locaties in de stad: Dutch Design Week, Milan Design Week, Munich Design Week, ... Bovendien geldt bij beursaanwezigheid de regel van drie: ze zien je het eerste jaar, herkennen je het tweede jaar, en spreken je pas aan het derde jaar. Een goede begeleiding en pro-actieve advisering van aspirant beursbezoekers is erg belangrijk om de middelen efficiënt en effectief in te kunnen zetten tijdens dergelijk event.

FlandersDC, MAD Brussels en WBDM gaan ieder jaar onder de noemer “Belgium is Design” naar een aantal beurzen (dit jaar: Milaan, M&O en Stockholm). Zij zorgen voor **groepsstanden**, en hoewel zij nu betalend zijn, verlicht dit de logistieke, administratieve en financiële kosten voor designers op een heel doeltreffende manier. Een collectieve aanwezigheid op dergelijk groot event is geen overdreven luxe. Ontwerpers zijn soms niet genoeg vertrouwd met de wetmatigheden van een design week, of hebben op zichzelf niet altijd genoeg communicatieve en financiële slagkracht om dit zelf te trekken. Een event als Milan Design Week is van dergelijke grootorde dat individualiteit nogal eens overspoelt wordt door grote aanwezige persmachines. Op dergelijke stand is er echter maar plaats voor 2 à 5 Vlaamse designers, wat natuurlijk een bijzonder klein aanbod is. Dit consortium maakt ieder jaar ook nog de “**Belgian Design Map**”, met alle aanwezige Belgen en hun locaties in Milaan, een belangrijk instrument voor het verhogen van de zichtbaarheid.

Bij **Flanders Investment and Trade (FIT)** kan een designer een beurs aanvragen om een deel van de kosten van deelname aan een internationale beurs te recupereren. Dit vormt enkele problemen. Ten eerste is er geen tussenkomst voor Belgische beurzen, nochtans zijn Biënnale Interieur, BAD Gent, Collectible, etc. beurzen die voor bepaalde soorten designers bijzonder interessant zijn om bij te wonen. Binnen België zijn er weliswaar minder reiskosten maar de andere elementen blijven natuurlijk aanwezig: standbouw, plaatsgeld, marketing, tijd, etc. Ten tweede verloopt de toekenning van de FIT beurzen met heel wat willekeur. Ieder jaar weer zijn er cases van designers die voor dezelfde groepsstand ondersteuning vragen waarbij de ene de beurs wel krijgt toegekend, en de andere niet. De designer moet bij FIT een economische return aantonen, en bij toekenning wordt er gekeken naar de arbeidsplaatscreatie die de aanwezigheid op de internationale beurs zal hebben voor Vlaanderen. Dit is natuurlijk voor ambachtelijk en individueel werkende ontwerpers relatief beperkt. Deze stroom subsidies komt dus tekort voor vele soorten van artistiek en kleinschalig werkende designers. Bovendien is de economische return op designbeurzen onzeker, ook de regel van drie indachtig. Milan Design Week en Dutch Design Week hebben bovendien vooral een promotionele inslag, er worden geen objecten verkocht zoals bij Maison&Objet.

Dat betekent niet dat het onmogelijk is als jonge en/of individuele designer aanwezig te zijn op beurzen. Veel “gevestigde” ontwerpers worden op beurzen vertegenwoordigd door designlabels die stevast ook de namen van de designers meenemen in hun communicatie. Op die manier hoeven zij geen eigen promotie en standbouw te voorzien. Daarnaast is het ook mogelijk om via een galerie aanwezig te zijn op beurzen. Dit is echter maar voor een hele kleine groep een optie. Niet alleen zijn er in Vlaanderen

slechts een handvol galeries die aanwezig zijn op internationale beurzen met hedendaagse designers, maar ook maken zeker niet alle designers “galerie-design”.

We zien tenslotte momenteel ook steeds meer dat ontwerpers zich gaan verenigen in collectieven om boven het “gedruis” te kunnen uitstijgen en de kosten te kunnen delen. Zo ving vorig jaar collectief BRUT (samengesteld door vier jonge, dynamische artistiek werkende designers Bram Vanderbeke, Charlotte Jonckheer, Linde Freya Tangelder en Nel Verbeke) veel aandacht met hun slimme aanpak, die leidde naar hun doorbraak. Zij konden in 2018 voor de twee Brusselse designers in het collectief rekenen op middelen die ze verkregen via MAD Brussels. Van de vier Vlamingen vroeg 1 persoon aan binnen het Kunstendecreet, die aanvraag werd niet gehonoreerd. De drie anderen vroegen aan bij FIT, waarvan 1 rechtstreeks een beurs ontving, een tweede nadat hij in beroep was gegaan tegen een negatieve beslissing, en een derde niet. Dit jaar wonnen zij met hun collectief een Henry Van de Velde Award, bovendien werden velen van hen met projecten binnen het Kunstendecreet ondersteund de laatste jaren. Maar een ondersteuning voor hun tentoonstelling in Milaan 2019 bleef alsnog uit. **Ondersteuning vanuit de culturele wereld voor dergelijke cruciale events zoals beurzen is een absolute noodzaak.**

Het Stimuleringsfonds Creatieve Industrie werkt elk jaar met een open oproep om designers, ontwerpstudio's en collectieven de kans te geven om zichzelf te presenteren in Milaan. In 2019 werden er zo 10 projecten door een jury geselecteerd die extra ondersteuning verkregen. Ze werden geselecteerd op basis van de artistieke kwaliteit van de producten en concepten, de onderscheidende presentaties op speciale locaties of de opvallende samenwerkingen of groep presentaties. Daarnaast zijn er uiteraard reisbeurzen beschikbaar voor designers om in Milaan aanwezig te zijn tijdens de Design Week.

2.7 PARTICIPATIE

Design en participatie zijn een zeer natuurlijke match. De overkoepelende term “participatory design” wordt steeds meer en meer gebruikt om dergelijke praktijken aan te duiden. Deze vorm van design overspant de traditionele subsectoren: materieel, immaterieel, grafisch en ruimtelijk. Participatory Design kan worden gedefinieerd als een methode om publiek te betrekken op zo een manier dat zij een wezenlijke impact kunnen hebben niet alleen op het resultaat, maar ook op het proces.

Zowel de constant aanwezige gebruiksfunctie van een ontwerp dat maakt dat publiek niet anders kan dan participeren aan het ontwerp, en daarnaast ook de diepewortelde filosofie van co-creatie die aanwezig is in veel domeinen, maakt dat vormgeving een discipline is met een zeer grote potentie voor het realiseren van actieve participatie. Participatie zit als het ware ingebakken in wat design is, en wat design kan doen. Design is een discipline waar deelhebben en deelnemen gemakkelijk te verwezenlijken zijn en geregeld onmogelijk uit het proces weg te laten zijn.

2.7.1 Co-creatie

Co-creatie, ofwel het produceren van het ontwerp samen met “anderen” dan de designer is een breed gekend verschijnsel in de vormgevingswereld. Het is in al de velden van de vormgeving aanwezig, zij het in meer of mindere mate. Co-creatie komt voort uit de “human-centered-design” stroming die zijn opgang maakte in het begin van de jaren 2000. Deze toenmalige trend, die nu ingang heeft gevonden in bijna alle vormen van design is gebaseerd op het betrekken van de uiteindelijke gebruikers.

Immaterieel design en social design zijn disciplines die bijvoorbeeld gewoonweg niet kunnen bestaan zonder het gebruik van co-creatie. Er is binnen de disciplines van service, social, policy en experience design altijd een betrokkenheid van bewoners, beleidsmakers, gebruikers, belanghebbenden, doelgroepen, etc. Het ontwerp wordt bijna altijd in workshops samen gecreëerd en het publiek is meestal deel van hele proces van ontwikkeling over testing tot realisatie.

In andere sub-disciplines is co-creatie ook geregeld aanwezig, maar dit is dan niet altijd fundamenteel voor de totstandkoming van een ontwerp. Hoewel grafisch ontwerpers, ruimtelijk designers en productontwikkelaars altijd zullen terugkoppelen met een gebruiker in gedachten, worden er niet altijd concrete co-creatie momenten georganiseerd.

Bij ambachtelijk ontwerp is de mate van co-creatie veruit het minst groot, aangezien het meestal gaat over het toepassen van een aangeleerde skill die beheerst wordt door een expert van de techniek of materie. Co-creatie met een minder onderlegd publiek is daarbij uiteraard moeilijker. Uitvoerende participatie komt echter hier wel geregeld voor, vaak uit het maatschappelijk engagement van de designer, bijvoorbeeld wanneer ambachtelijk ontwerpers samenwerken met personen uit de sociale

economie in zoals bij de A+A komen van Ann Van Hoey. Dit zorgt voor mooie projecten met een social design element binnen de ambachtelijke sub-sector.

2.7.2 Gebruiksfunctie

Net zoals co-creatie is de gebruiksfunctie van design onlosmakelijk een onderdeel van de discipline. Ieder ontwerp dat behoort tot het designveld is bruikbaar en heeft een (tenminste een referentie naar) een functie. Design is namelijk de discipline van de bruikbare objecten, processen, methodes, ... Indien dit niet (meer) zo is, dan spreken we vaak niet meer over design, maar eerder over beeldende kunst. Design komt hierin overeen met andere domeinen zoals (interieur)architectuur, dat ook ontworpen wordt om gebruikt te worden.

Iedereen participeert daarom iedere dag aan design. Vaak zonder het te beseffen. Elk huishouden heeft op een gegeven moment meubels, servies en bestek nodig. Deze worden aangekocht en dan elke dag gebruikt. Zeer vele personen beslissen een auto, computer of smartphone aan te kopen, en deze objecten omringen ons iedere dag. We maken gebruik van onze mobile-banking app en lezen magazines en kranten. Het probleem is dus niet zozeer de participatie aan design, die is overal en wijdverspreid. Het is voor vormgeving eerder belangrijk om te expliciteren dat dit design is, wat de ontwerpprocessen zijn die hieraan vooraf gingen, en vooral: hoe je als consument kan kiezen voor artistieke kwaliteit, ethische productie, en duurzaam ontwerp.

Eerder dan een publiek dus actief aan te moeten sporen tot participatie aan design, zoals daar wel aandacht voor nodig is bij andere kunstenvormen, is er bij het brede publiek eerder nood aan verdiepende kennis over wat design is en kan doen. De inherente gebruiksfunctie van vormgeving zorgt dat dergelijk "contact" nooit passief is, en altijd het (potentieel) gebruik van een ontwerp inhoudt. In dat opzicht is vormgeving toegankelijker voor het brede publiek dan beeldende kunst. Aan dergelijke sensibiliserende functie is er echter wel gebrek in het landschap, zie ook 2.8.2.



2.8 REFLECTIE, KRITIEK EN ONDERZOEK

2.8.1 Reflectie en kritiek

Reflectie begrijpen we hier als de terugblik op en het begrip van een bepaalde ontwikkeling of evolutie binnen de discipline, het eigen oeuvre of de maatschappij. Het is een **beschouwende actie** over de betekenis van een concreet topic die tot doel heeft een extra overzicht te creëren, of dit overzicht te verdiepen. Het gebeurt nadat een artistiek werk, ontwikkeling, trend of methode is ontstaan, en is bedoeld om het een plaats te geven binnen het grotere geheel van oeuvre, maatschappij of veld. Reflectie draagt bij aan de kennis over (de ontwikkelingen van) het veld en voedt en versterkt de discussie erover. Kritiek is daarbij een speciale vorm van reflectie die meestal een opiniëring inhoudt.

Reflectie in de vormgevingssector kent zijn plaats via het bezoeken van beurzen, het volgen van awards, het lezen van bepaalde publicaties en tijdschriften, het bijwonen van conferenties en lezingen, en via een informeel netwerk. Designorganisaties zetten bovendien ook in op specifieke acties (tentoonstellingen, pilootprojecten, ...) om de reflectie te stimuleren.

Beurzen en awards werden besproken onder het hoofdstuk promotie (2.6.2), aangezien zij niet alleen kanalen zijn om te leren over de ontwikkelingen binnen een veld, maar ook unieke kanalen in de designsector om zichtbaarheid te verwerven voor het werk.

2.8.1.1 Tijdschriften en designkritiek

De meest belangrijke plek om reflectie te creëren en delen is middels kritiek en discours. Vaak gebeurt dit in de vorm van publicaties zoals **tijdschriften** of online journals. Momenteel wordt er in de vormgevingssector een lacune ervaren voor het publiceren van reflecties over design, en designkritiek. De belangrijkste spelers zijn momenteel enkele lifestyle publicaties zoals Knack Weekend, Feeling Wonen en Standaard Magazine, al geven zij een overzicht van de lifestyle trends niet noodzakelijk van de inhoudelijke verschuivingen in het veld, of meer inhoudelijke designkritiek. Lifestyle bijdrages zijn vaak ook verweven met commerciële belangen. Andere spelers zijn de internationaal gerichte TL-Magazine en Damn Magazine. Ook in The Word is er geregeld aandacht voor vormgeving. Recent neemt het jaarlijkse Tijdschrift voor Interieugeschiedenis en Design ook wetenschappelijk gefundeerde artikelen aan over hedendaagse ontwerpers. Maar een gespecialiseerd medium waar breed gelezen inhoudelijke artikelen over Vlaamse ontwerpers, niet commerciële artikelen over designbedrijven, designkritiek en reflectieve artikelen over trends en veranderingen samenkomen is er momenteel echter niet in Vlaanderen, ook niet online. Het veld geeft aan hiermee een inhoudelijk reflectief kanaal te missen.

Kwintessens, opgericht in 1992, werd door vele geïnterviewde voor dit landschapsoverzicht spontaan genoemd als toonaangevend tijdschrift voor vormgeving in Vlaanderen. Het tijdschrift werd uitgegeven door Design Vlaanderen, en laatste nummer verscheen in september 2016. Vermeld worden als designer

in Kwintessens, of er een artikel in kunnen publiceren gaf erkenning en zichtbaarheid aan onder meer vormgevers, kunstenaars, makers en theoretici. Het tijdschrift nam tevens ook het hele spectrum van de sector mee, en droeg daardoor bij aan het begrip van de breedte van design. Kwintessens was tot op zekere hoogte vergelijkbaar met het al even gemiste Nederlandse blad *Items*.

Tevens is de discipline van de **reflexieve designkritiek** in Vlaanderen hierdoor onderontwikkeld. Critici vinden geen publicatieplekken en opdrachtgevers en verleggen dus hun aandacht naar lifestyle artikelen of stopten de afgelopen jaren met schrijven. Dit heeft niet alleen een effect op de reflectie en discoursvorming van het veld, maar ook op de creatie en ontwikkeling van de artistieke werken daarbinnen, zie ook 2.7.2.

2.8.1.2 Speciale acties

In het verleden speelde een groep van speciale thematische acties een grote rol in het reflecteren op (stukken van) het veld.

Het begrip en de ontwikkeling van de Vlaamse vormgevingssector is doorheen de jaren onder andere ontwikkeld door de **Triennale voor Vormgeving** van Design Vlaanderen. Naar aanleiding van gekozen thema's werd onderzoek verricht, de sector gesensibiliseerd en werk verzameld. De Triennale voor Vormgeving werd tussen 1995 en 2016 om de drie jaar georganiseerd. Elke drie jaar werd gepoogd een overzicht te geven van de meest recente ontwikkelingen in het designveld, of om een sector op de kaart te zetten. In-house designers werden bijvoorbeeld zichtbaar gemaakt en kregen naambekendheid. De edities handelden over hedendaagse toegepaste kunst (1995), industriële vormgeving (1999), reclamevormgeving (2001), imperfectie of het toevallige in design (2004), schoonheid (2007), Belgisch design (2010), social design (2013) en ambachtelijkheid binnen design (2016). Het stopzetten van de werking van Design Vlaanderen betekende ook het einde van deze stroom van reflectie en onderzoek.

Ook verschillende **publicaties** verschenen en verschijnen periodiek naar aanleiding van deze speciale events, zoals de jaarlijkse catalogus van de Henry Van de Velde Awards, en de catalogi van de Triënnales voor Vormgeving. Zij kristalliseren het overzicht, en worden vaak reflectieve naslagwerken op zich.

Daarnaast laten de toegepaste eigenschappen van design het werken met impuls- of **pilootprojecten** toe. Deze worden gebruikt om een bepaalde toepassingsvorm van design of een bepaald thema op de kaart te zetten, en ze zijn een haast unieke vorm van promotionele en reflexieve commissies die niet als dusdanig voorkomen in andere sectoren. Hierin wordt op een probleem-georiënteerde manier een topic gedetecteerd waarover een designer een reflectieve maakopdracht krijgt. Pilootprojecten gaan in op nieuwe methoden, toepassingsgebieden of contexten. Dit veelal om reflectie te stimuleren en een bepaald topic in diepte te onderzoeken en op de kaart te zetten. De sector heeft baat aan ontwikkeling op vlak van dergelijke projecten.

Een bekend voorbeeld hiervan zijn de succesvolle 5x5 trajecten van Designregio Kortrijk. Hierbij wordt een designersduo (ervaren en jong) voor een jaar gekoppeld aan een maakbedrijf. Ze reflecteren binnen de context van het bedrijf, en vanuit hun eigen expertise over nieuwe producten of diensten. De vijf resultaten die hieruit komen zijn een voorbeeld van ontwikkeling en reflectie op het vormgevingsveld. Design Vlaanderen zette hier vroeger op in bijvoorbeeld met “De Wereld van Nestor” (introdactie van de persona methode in Vlaanderen, door Pars Pro Toto, 2011), “Museum in Onze Straat” (introdactie van social design naar een breed publiek, door StudioDott, 2012), “Bam! Varkensmarkt” (reflectie op de rol van design voor diversiteit, door Namahn, 2013), “Princess on the move” (testcase voor experience design voor jonge kinderen, door ThomasMore, 2014) en “Mobiliteit in de Westhoek” (introdactie van policy design, Yellow Window, 2015).

Ook in het buitenland zijn dit soort pilootprojecten een heel eigen manier van werken van de designsector, en tonen zij hoe deze verweven is met maatschappelijke uitdagingen. Zo veroorzaakte de Brexit passport design competition van het Britse Dezeen de laatste weken nogal wat commotie. In deze wedstrijd werd gevraagd een nieuw, niet meer Europees paspoort te ontwerpen, en hiermee te reflecteren op de ontwikkelingen. Deze projecten zijn een reflexieve en creatieve vorm van promotie voor de brede toepassing van design.

Reflectie is nu voornamelijk nog te vinden binnen bepaalde **tijdelijke tentoonstellingen** rond bepaalde maatschappelijke thema’s in instellingen zoals Design Museum Gent dewelke in het afgelopen decennium kwalitatief sterk zijn gegroeid. Ook Z33 neemt met betrekking tot maatschappelijke thema’s binnen vormgeving geregeld een rol op. Ook in bepaalde thema tentoonstellingen van galleries, of in het kader van Milaan Design Week (Reflections - Design Vlaanderen - 2014, Generous Nature - FlandersDC/for design - 2019) wordt er soms aan reflectie gedaan.

Maar de huidige afwezigheid van enkele acties en hun bijhorende publicaties, is ondertussen te voelen in het veld. Nieuwe trends worden niet zo snel als vroeger meer opgepikt, en het belang ervan wordt niet zo snel meer gedeeld met een breder publiek. Ook zijn sommige vormen van design ondervertegenwoordigd in de reflectie zoals grafisch ontwerp. Dit geeft de ruimte aan een aantal instellingen zoals bijvoorbeeld Design Museum Gent om middels een eigen programma succesvol een aantal topics op de kaart te zetten. Zij geven hierbij wel aan dat ze willen nadenken over de relatie die er daarbij nog kan bestaan tussen de hedendaagse thema’s die ze opnemen en hun erfgoedcollectie. Al zal het wel extra aandacht vergen voor een brede reflectieve functie van het vormgevingsveld op dit vlak zich weer heeft hersteld.

2.8.1.3 Conferenties en lezingen

Conferenties en lezingen vormen binnen bepaalde disciplines een belangrijke bron van reflectie en netwerking. Conferenties en lezingen zijn voor sectoren zoals de grafische en immateriële ontwerpers volwaardige vervangers van designbeurzen (zie hoofdstuk promotie). In de grafische sector zijn

Een belangrijk aandeel hierin is het onderzoek naar het hedendaagse designveld en zijn trends, en naar designgeschiedenis, zowel wetenschappelijk als breder.

Design Museum Gent is zeker belangrijk wanneer het aankomt op het overzicht van **materieel Belgisch design vanaf 1830**. Momenteel hebben ze ook de ambitie om samen met het Vlaams Architectuurinstituut na te denken over een canon van Belgische designers, dit ook om actief op zoek te gaan objecten die momenteel ontbreken in de collectie. Design Museum Gent verzamelt naast stukken met erfgoedwaarde ook elk jaar enkele stukken actueel Belgisch werk, en pakt hier ook mee uit, bijvoorbeeld op de Collectible beurs. Uiteraard is het aankoopbudget van het museum niet oneindig, en is er bijzonder veel productie in de designsector die eerder behoort tot vormen van lage cultuur, en dus niet noodzakelijk museumwaardig is. Dagdagelijkse toepassingen van design, grafisch, ruimtelijk en immaterieel ontwerp worden momenteel niet structureel verzameld en bestudeerd. Voor hedendaagse ontwikkelingen binnen deze velden, achtergrondverhalen van de totstandkoming van heel recent werk uit dergelijke hoek, en technologische vernieuwingen (van ambachten, over industrieel tot immaterieel design) is er weinig structurele aandacht binnen het Vlaamse veld momenteel. Maar we missen een organisatie als steunpunt of kenniscentrum die los van onderzoek naar een vaste collectie hiervoor het overzicht bewaart.

Dit heeft ook effect op de manier er momenteel op (hoge)scholen **designgeschiedenis** wordt onderwezen, en waarop aspirant designers dus in contact komen met de meer recente ontwikkelingen van het veld. Momenteel wordt er weinig aandacht besteed in de Vlaamse opleidingen aan de designgeschiedenis van de meest recente periode (ca. na het jaar 2000). Dit mede omdat hier weinig bronmateriaal en beschouwende teksten over bestaan, zie ook het punt van de designkritiek. Het ontbreken van goed overzichtsmateriaal verlengt momenteel de aanloop- en onderzoekstijd (eerste deel van de double diamond van design thinking) van een ontwerper voor over te gaan tot creatie. Design is daarnaast momenteel ook de zowat enige ontbrekende discipline in RektoVerso, een tijdschrift dat verder alle velden opneemt.

Het gebrek aan onderzoeker, “condensator”, en “broadcaster” van nieuwe ideeën en trends in het designveld, heeft tenslotte ook **effect op de praktijkontwikkeling van en reflectie op dat veld**. Waar voor andere kunstenvelden wel het debat wordt gevoerd over de te bewandelen weg (bijvoorbeeld in gespecialiseerde tijdschriften zoals Etcetera), is dit voor vormgeving niet zo. Design Vlaanderen nam tot 2015 openlijk een heel deel van deze taak op zich (denk bijvoorbeeld aan de vele service design campagnes waarin overheden gecoacht werden in het “bestellen” van goed ontworpen diensten, of de gelijkaardige aanpak met design management voor bedrijven). Design Vlaanderen zette topics op de kaart met de Triënnales Voor Vormgeving en met themanummers van zijn tijdschrift Kwintessens (bv: toekomstdenken, onzichtbaar design, identiteit, social design, stedelijkheid, mobiliteit, ...). De Henry Van de Velde Awards vervullen onderhuids nog altijd deze functie in het tonen van de spanbreedte van de sector, en de nadruk op bepaalde thema's, en ook Design Museum Gent neemt een deel van deze rol momenteel op zich in tijdelijke tentoonstellingen zoals Hello Robot en Fibre Fixed.



Ten derde wordt de discipline geregeld **verkeerd gecategoriseerd** in de hoeden van het brede publiek. Ontwerpers die toegepast werken worden al te vaak geklasseerd in een artistieke hoek, waarbij zij niet verlood worden zoals andere dienstverleners voor hun werk, zie boven. Maar ook andersom zijn mecenasen en verzamelaars zijn op zoek naar werk van “kunstenaars”, waarbij zij niet altijd begrijpen wat de artistieke elementen zijn van een goed ontwerp, of worden designers in de kunstwereld al snel begrepen als personen die een economische activiteit ontplooiën, en daardoor niet binnen een “kunstenlogica” thuis horen.

Het Stimuleringsfonds voor Creatieve Industrie in Nederland heeft binnen de deelregeling vormgeving specifieke aandacht voor projecten die dit probleem van goed opdrachtgeverschap kunnen aankaarten. Het is binnen deze regeling verworden tot een van de functies waarvoor designers en organisaties subsidies kunnen aanvragen. Verschillende respondenten suggereerden bovendien het oprichten van een instantie met hetzelfde gezag als de bouwmeester voor architectuur die opdrachtgevers op het vlak van design kan bijstaan bij het uitschrijven van wedstrijden en selecteren van kwalitatieve ontwerpen.

Ook op vlak van correcte **designconsumptie en -participatie** is dergelijke sensibiliserende rol bovendien ook van belang. Design heeft ten onrechte nog vaak een elitaire connotatie, hoewel de vormgevingswereld krioelt van aanknopingspunten met het dagelijkse leven. Reflectie, communicatie en informatie rond de ontwerpprocessen zijn dan ook noodzakelijk om de “onzichtbaarheid” van de discipline aan te pakken en bewustwording te creëren van het feit dat zoveel in het dagelijkse leven rondom ons door een designer is ontworpen. Over het algemeen is er in Vlaanderen weinig aandacht voor het thema design in verhouding tot wat het bijdraagt tot de maatschappij. Dergelijke bewustwording is echter wel nodig om als consument te kunnen kiezen voor artistieke kwaliteit, ethische productie, en duurzaam ontwerp. Dit discours behelst een combinatie informatie over hoe de technische en materiële eigenschappen gepaard gaan met ‘zachte’, gevoelsmatige creatieve kwaliteiten om te leiden tot een succesvol product.

Het ontbrekende bewustzijn over design toont zich in de afwezigheid van vormgeving in het **publieke debat**. Er is momenteel geen organisatie die het bestuderen van de ontwikkelingen in het gehele hedendaagse designveld tot doel heeft, dat heeft een voelbaar effect op het publieke debat. In Nederland wordt Stichting Droog Design opgeheven. Naar aanleiding daarvan wordt er in de sector en breder in Nederland openlijk de vraag gesteld wat de toekomst kan zijn en zal zijn van de discipline. Droog Design zelf schreef alvast een “Dasein is Design” manifest, waarin ze stellen dat in een wereld waar alles kan en zal worden vormgegeven, en waar overal en nergens het design-label wordt opgeplakt, het niet anders kan dan dat de discipline uit elkaar zal vallen omdat het overal zijn plek heeft gevonden. Het publieke debat hierover leeft volop doordat verschillende organisaties, elk vanuit hun positie, de sector bestuderen. Nederland staat dan ook verder in het ontwikkelingen van zijn vormgevingssector. Zij hebben aan de ene kant het reeds vaker aangehaalde Stimuleringsfond voor Creatieve Industrie, aan andere kant ook Het



wenst het Vlaams Architectuurinstituut een grotere gendergelijkheid in het bewaren en toegankelijk maken van het cultureel erfgoed van vrouwelijke ontwerpers. Distributiecentra, verkooppunten en beurzen waren belangrijk voor de ontwikkeling van de vormgeving in Vlaanderen en Brussel. Door hun samenwerking met bepaalde producenten of omdat ze kansen gaven aan ontwerpers om nieuwe woonvormen van bij het brede publiek te introduceren. Vaak waren de verkooppunten ook ontmoetingsplaatsen voor de vormgeverslandschap. Daarnaast is het Vlaams Architectuurinstituut bezig met sensibilisering omdat ontwerpers vaak nog steeds onvoldoende bewust zijn van de maatschappelijke en artistieke waarde van hun archief.

2.8.3.2 Archief van Design Vlaanderen: collectie, bewaring, ontsluiting

Veruit het belangrijkste archief voor Vlaams design is het archief van Design Vlaanderen. Het bestaat uit verschillende deelcollecties (inhoudelijk archief, financieel archief, bibliotheek, grafische collectie, fotoverzameling), die echter na de sluiting in 2016 ongelukkigerwijze verspreid raakten. Johan Valcke, de latere directeur van Design Vlaanderen, begon al in 1978 allerhande documenten rond Belgisch en Vlaams design systematisch bij te houden. De documenten gaan terug tot de jaren 1950 en belopen de volledige bestaansduur van de instelling.

Het inhoudelijke en financiële, papieren gedeelte van het archief wordt bewaard in de Archiefbank Vlaanderen. Het bevat onder meer dossiers over tentoonstellingen, beurzen en andere projecten, dossiers over subsidies (en dus ook de cv's van ontwerpers die subsidies aanvroegen), verslagen van interne en externe vergaderingen, briefwisseling, financiële dossiers, personeelsdossiers, enz. Dit archief, ca. 100 lopende meter lang, is wel gecatalogeerd maar inhoudelijk nog niet verwerkt. Het is momenteel niet raadpleegbaar voor het veld, en wordt niet ge(her)waardeerd en onderzocht. Omdat Design Vlaanderen tot het agentschap VLAIO behoorde, is het uitgebreide elektronisch archief van de laatste decennia opgeslagen op de server van VLAIO. Het betreft hier foto's, documenten van tentoonstellingen, Europese projecten, digitale versies van Kwintessens, etc. De bewaring hiervan is verzekerd tot 2026. Dit archiefgedeelte is ook niet ontsloten. De bibliotheek van Design Vlaanderen staat momenteel in de voormalige kantoorruimtes van DV in de Kancelarijstraat in Brussel, die FlandersDC in 2016 heeft overgenomen. De bewaring zou verzekerd zijn tot 2020. Intussen lopen er onderhandelingen om deze gespecialiseerde verzameling boeken over te dragen aan De Kunstenbibliotheek van Gent, die de collecties van KASK, S.M.A.K., Design Museum, STAM, HISK en de Gentse Gidsen onder één dak bewaart. Voorlopig is er nog geen akkoord gesloten; momenteel is de toekomst van deze bibliotheek onzeker. Een deel van de eigen fotocollectie met foto's van de talrijke tentoonstellingen van de galerie van Design Vlaanderen ligt momenteel deels bij de Vlaamse Archiefbank en deels bij FlandersDC voor verdere ontsluiting.

Beter gaat het met de collectie van 180 grafische kunstwerken van Design Vlaanderen, waaronder twee werken van Jan Fabre en een zeefdruk van Ado Hamelryck. Na drie jaar onderhandelen zal de volledige verzameling in juni 2019 bij het M HKA in bewaring gelegd worden. De collectie wordt momenteel geïnventariseerd en voorbereid voor registratie.

2.8.3.3 Archief van het Design Museum Gent: bewaring, ontsluiting, vorming

Het museum heeft een heroriëntatie achter de rug (omwille van de nakende verbouwingen bevindt het archief van het museum zich momenteel in de depotruimte van Katoen Natie) waarbij het archiefbeleid kritisch werd geëvalueerd. Zowel uit praktische als inhoudelijke overwegingen, zoals bijvoorbeeld de relatie tussen archief en collectie, werden een aantal **archieven afgestoten**, zoals het archief van Philippe Neerman (1930-2011). Voor een dergelijk complex hiërarchisch archief heeft het museum niet de nodige plaats noch het personeel, reden waarom het werd overgedragen aan het Rijksarchief.

Het museum bezit architectuurarchieven en archieven over vormgeving. Momenteel voert men een begroting uit van de **beschikbare archiefruimtes**. Zowel de architectuurarchieven als de overgebleven archieven over vormgeving zijn nauw verbonden aan de collectievorming. Om die reden zou het wenselijk zijn om ze in huis te blijven bewaren.

Het museum beheert momenteel naast zijn eigen archief drie belangrijke archiefreeksen over vormgeving. De oudste reeks is het archief van Expo 58, dat door voormalig minister van cultuur Patrick Dewael aan het museum werd overgemaakt. Deze bijzonder rijke en waardevolle collectie werd gaandeweg verder aangevuld. Een tweede reeks is het persoonlijke ABC-klassement van Monique Bucquoye (voormalig directeur van Interieur Kortrijk), die ze vanaf de jaren 1970 bijhield in haar meervoudige functie van journalist, verantwoordelijke voor Vitra, en haar activiteiten in het Design Museum Gent. Haar veelzijdige profiel leidde tot een bijzondere blik op het veld. De derde reeks is de fotocollectie van het Belgisch Design Centre, (opgericht in 1964 en zowat 20 jaar actief geweest), die een mooie aanvulling vormt, vooral rond de ambachten en de meer industriële productontwikkeling, maar ook omwille van het deels internationale bereik. Een groot deel van het archief van het Design Centre is verloren gegaan maar enkele kleine delen zijn wel nog bewaard en raadpleegbaar. Onlangs werd het gedeelte dat Design Vlaanderen in bewaring had, overgedragen aan het Rijksarchief, en daarnaast zijn enkele stukken terug te vinden in het archief van de Belgische Dienst voor Opvoering Productiviteit. Het verdient aanbeveling om de fragmenten van de archieven van het Design Centre en Design Vlaanderen te verenigen op één locatie.

Een belangrijk aandachtspunt is de **digitalisering** van het archievenbestand, die uiteraard de toegang en valorisatie zou ten goede komen. Dit is echter enkel mogelijk met projectmiddelen aangezien het, hoewel het tot de basistaken van een bewaarinstelling behoort, niet voorzien is in de begroting. De opdracht is enerzijds technisch van aard (bv. wat betreft het digitale registratiesysteem in velden waarbij gegevens op verschillende servers komen), anderzijds is de data te linken aan al dan niet (kunst)historische of inhoudelijke kennis. De nadruk ligt vooralsnog op toegankelijkheid, waardoor de aandacht meer naar documentatiereeksen gaat dan naar complexe, hiërarchische archieven.

2.8.3.4 Gestaakte archiveringsactiviteiten

Sinds januari 2016, het moment waarop een deel van Design Vlaanderen opging in FlandersDC, wordt **niets meer breed en gestructureerd bijgehouden** over het reilen en zeilen in de vormgevingsgemeenschap in Vlaanderen. Naast dit zonder meer acute en schrijnende probleem, worden ook designersarchieven niet actief verzameld. Er is momenteel geen instelling in Vlaanderen die met deze taak belast is. Momenteel wordt dus het archief niet meer aangevuld. Eenvoudige handelingen zoals bijvoorbeeld informatie over kunstenaars gaandeweg in mappen verzamelen zoals bij Design Vlaanderen gebeurde wordt niet gedaan. Dit betekent dat in 2016 een periode van de designgeschiedenis is aangevangen die later niet goed of volledig zal kunnen bestudeerd worden, eenvoudigweg omdat men is opgehouden de bronnen bij te houden. Dit is uiteraard zeer problematisch voor de geschiedschrijving van de Vlaamse vormgeving in de meest recente periode. Er wordt momenteel nagelaten om de archivale basiswerking op peil te houden, en om de met Design Vlaanderen verloren gegane en verspreid geraakte materialen te recupereren.

Kortstondig, tussen 2003 en 2006, liep een project van het Design Museum Gent en het Designcentrum Vlaanderen voor de uitbouw van een documentatiecentrum over design uit Vlaanderen en Brussel. Het Designarchief, dat informatie en documentatie over de archieven aanwezig in de sector verzamelde en registreerde, kreeg na 2006 geen structureel vervolg en staakte de activiteiten. De resultaten van het korte project werden wel meegenomen in de werking van het CVAa. Intussen blijven **archieven sluimerend en verspreid** bestaan, zoals het archief van het Belgisch Design Centre (opgericht in 1962), het archief van Design Vlaanderen en het archief van het Design Museum Gent, elk met verschillende deelcollecties, om niet te spreken van de vele kleinere verzamelingen, die dreigen verloren te gaan door de totale afwezigheid van zorg en belangstelling vanuit de overheid.

Tegenover de aandacht van het VAI voor het archief van de architect, gaapt een grote leegte op het domein van design. Men zou kunnen beginnen met een oproep aan designers om zorg te dragen voor het eigen archief, of bij plaatsgebrek om het aan een geschikte instantie te schenken, maar dat laatste veronderstelt uiteraard wel een doelinstantie.

2.8.3.5 E. Grafische collecties en archieven

Sommige designers dragen veel zorg voor het eigen archief, andere minder. Op het gebied van de grafische vormgeving is bekend dat een aantal mensen waardevolle collecties hebben opgebouwd, maar omwille van het ontbreken van een bewaarinstelling, zijn ze gedoemd te verdwijnen. Het is dus hoog tijd om hiervan werk te maken, om niet te spreken van de affiches, waarvan grote collecties hier en daar verspreid liggen. Het archief van Luk Mestdagh (1942-2014) bv. is bij Katapult (www.katapult.cc) in bewaring, maar dat is slechts een tijdelijke oplossing. Al jaren wordt een oplossing gezocht voor het archief van Lucien De Roeck (1915-2002) maar er werd nog steeds geen gevonden: zijn collectie met schetsboeken en originele werken wordt bewaard in een privaat herenhuis in Brussel. Er is de collectie van Paul Ibou (*1939), dat bij de kunstenaar thuis in bewaring ligt. Of Hugo Puttaert (*1960), die een uitgebreid archief heeft verzameld met collectiestukken uit andere archieven. Grafische collecties liggen her en der verspreid: de reeds vermelde collectie van Design Vlaanderen, collecties in stedelijke musea, maar ook het Letterenhuis bv.



2.9 ANDERE NODEN VAN DESIGNERS EN ORGANISATIES

Niet alle noden van het veld kunnen worden gevat onder de functies van het Kunstendecreet. We bespreken hier zowel voor designers als organisaties een aantal extra noden die we konden detecteren middels ons onderzoek.

2.9.1 Noden van designers

Zoals uit het vorige duidelijk is geworden, bestaat er niet een eenduidig profiel van de designer omwille van de veelzijdigheid van de discipline. Dit betekent ook dat de behoeftes van vormgevers buitengewoon uiteenlopend zijn. Zonder naar volledigheid te streven, gaan we hier even in op een aantal extra voorbeelden van individuele designerbehoefte, dewelke momenteel nog niet aan bod kwamen onder de bespreking van de functies van het Kunstendecreet.

2.9.1.1 **De designer moet schottenloos kunnen werken, of de kwestie van disciplinaire vrijheid**

Alle designers werken met de 'design thinking' methode, die ze vervolgens op eender welk materiaal of probleem toepassen. Zoals reeds aangehaald is het werk van designers – al dan niet ongemerkt – aanwezig in alle aspecten van het dagelijkse leven, en deze eigenschap staat duidelijk op gespannen voet met de schotten waarmee de overheid design overwegend benadert en die zich uit in binaire begrippenkoppels zoals artistiek vs. toegepast, vormgeving vs. beeldende kunst, of cultuur vs. economie. Een dergelijk keurslijf is voor het hedendaagse designveld te strak en te begrenzend: de discipline is eenvoudigweg te breed, te dynamisch en te verweven om er zo mee om te gaan.

De jongere generatie beweegt zich in een stroom en **laat zich niet langer binden aan een van de klassieke richtingen**. De productie binnen een ontwerppraktijk kan tegenwoordig in de loop van de tijd sterk variëren, zoals bv. de keuze om al dan niet samen te werken met de bedrijfswereld. Design is van nature ook erg trendgevoelig, en de ontwerper moet dus blijven meevolgen. Ook het onderwijs ziet zich genoodzaakt om met dit gegeven om te gaan. Doorheen de geschiedenis hebben zich ook verschillende specifieke designdisciplines gevormd, die een steeds grotere autonomie opeisten. Misschien de meest in het oog springende discipline in dit verband is 'grafisch ontwerp', een discipline die zich steeds minder verbonden acht met de vrije kunsten. Nochtans blijkt in de designwereld de opleiding minder bepalend voor het latere traject dan de persoon, designers zijn flexibel.

Deze ontwikkeling, waarbij **een praktijk steevast alle schotten opzij schuift**, kan problematisch lijken voor een beleidsontwikkeling. De continue en steeds verder vertakkende stroom van ontwerpen maakt de

keuzes voor ondersteuning ook steeds moeilijker, en pleit minstens voor een veel meer gediversifieerde ondersteuning. Een mogelijk overkoepelend referentiekader wordt geboden door de wezenskenmerken die alle designers delen, hun grondhouding, hun manier van denken: design thinking.

Nog meer dan er designerprofielen zijn (zelfs binnen één praktijk), zijn er designerbehoeften, met het gevolg dat eenzelfde ontwerper ondersteuning kan nodig hebben voor websites, vertalingen, prototypes, discursief werk of meer artistiek werk, of voor een werk dat de grens tussen gebruiksvoorwerp en museumstuk doorbreekt.

In het kunstenbeleid is design een discipline die wat achterblijft in vergelijking met de andere kunsten, waaraan bv. meer middelen worden gependeed aan beurzen en organisaties. Hoewel dit fenomeen historisch te verklaren is doordat de kunsten een al bij al stabiel veld met lange disciplinaire tradities vormen, wordt het uitgangspunt dat kunstenaarschap en ontwerperschap verschillend zijn met de tijd alleen maar problematischer. Het leidt tot een **disciplinaire starheid vol achterhaalde vooroordelen**, zoals bv. de opdeling tussen de industriële vormgever die voor de industrie werkt en de 'vrije' kunstenaar die aan niets gebonden is. Dergelijke dogmatische zienswijzen zijn niet meer van deze tijd. Wat nu primeert is de persoonlijke aanpak, het persoonlijke traject en een groeiende interesse voor transdisciplinair werk. Waar bestaande modellen niet werken, gaat men spontaan over naar combinaties of balanceren op de grenzen tussen disciplines. Het beleid daarentegen werkt onveranderlijk institutioneel, met vooropgestelde regels die zeer moeilijk toe te passen zijn op deze soort complexiteit en fluiditeit. Het is ten eerste aan te bevelen om na te denken over hoe flexibelere criteria en werkwijzen opgesteld kunnen worden in het voordeel van de designer.

Maar daarnaast is er ook **nood aan hulp bij interdisciplinair werken**. Het onderwijs leert aan de designer disciplinaire ziens- en werkwijzen aan, terwijl deze nadien, op aangeven van het veld, steeds vaker interdisciplinair gaat werken. Er is weinig ruimte voor ontwerpers om zich door vakgebieden heen te ontwikkelen of bv. contacten te zoeken met universiteiten waar gewerkt wordt aan nieuwe materialen of innovatieve technologieën. Meer en meer zijn er ontwerpers die op de grens van twee of zelfs meer disciplines werken. Combinaties zoals beeldende kunst en theater, beeldende kunst en vormgeving, sculptuur en installatie zijn al langer de basis voor nieuw werk maar het wordt met de tijd complexer en gevarieerder. Omdat zij zich noch in de ene, noch in de andere methodologie volledig thuis voelen, of omdat de bestaande modellen voor hun interessegebied niet zomaar met elkaar te combineren zijn, gaan deze ontwerpers op zoek. Er is grote behoefte om te leren hoe men op een duurzame manier op de grens tussen verschillende disciplines een praktijk kan uitbouwen. Interdisciplinair werken betekent dat men zich verdiept in een ander vakgebied, wat opnieuw tijd en dus middelen kost. Dergelijke trajecten zijn echter van groot belang voor de maatschappij van vandaag en van de toekomst. Design gaat immers niet enkel om producten "vorm" geven maar even goed over processen kritisch bevragen, over vernieuwend met materialen en technieken omgaan, over de manieren van gebruik van een ontwerp bevragen, deze



Zakelijk lopen de noden van designers heel gelijkaardig aan die van andere kunstenaars. Uit het rapport “Wie heeft het gemaakt? Een onderzoek naar de sociaaleconomische positie van architecten en designers in Vlaanderen” dat het Departement Cultuur in de loop van 2018 liet opmaken blijkt dat 45% van de designers zonder inkomsten uit andere bronnen **niet zou rondkomen van hun werk**. Dit verklaart zowel de grote overlap die er in Vlaanderen momenteel heerst tussen professioneel werkende designers en het onderwijs waar velen ook terecht kunnen als docent aan een van de opleidingen, als de noodzaak om naast een artistieke praktijk ook economisch valabele activiteit uit te bouwen wat de focus in het afgelegde traject niet verscherpt.

Voor veel designers is het artistieke luik dan ook maar een deel van het verhaal. Zelfs de meest artistiek werkende designer houdt er vaak nog een commerciële of onderwijsgerelateerde activiteit op na. Zo bouwde Unfold geregeld scenografieën voor tentoonstellingen of theater, werken zij soms ontwerpen uit voor reclamebureaus, of helpen zij met het uittekenen van 3D modellen of productieprocessen voor bevriende kunstenaars. Vanuit Design Academy wordt dergelijke loopbanen ook gestimuleerd. Zij zorgen voor doorstroming van opdrachten naar zijn studenten die hiermee zowel een extra centje kunnen bijverdienen als aan hun commerciële portfolio kunnen werken. Dit zorgt voor studenten die zowel artistiek als zakelijk heel sterk staan. **Hybride carrières** worden, zeker door beoordelingscommissies voor het Kunstendecreet, momenteel nog al eens meewarig bekeken, wat ervoor zorgt dat ontwerpers deze activiteiten liever onder de radar houden.

Bij designers stelt zich namelijk ook het probleem van **onbetaald werk**. Het maken van voorontwerpen en doen van onderzoek is een financieel weinig verloonde bezigheid. Designers nemen ook vaak deel aan wedstrijden, hoewel dit tijdrovend is, en vaak niet wordt vergoed. We bespraken deze nood, en zijn bijhorende roep om betaalde ontwikkelings- en experimenteertijd, al in het hoofdstuk Ontwikkeling.

Aandacht voor praktijken van **goed opdrachtgeverschap** zijn zakelijk voor de ontwerper bijzonder belangrijk. De nood en het belang van matchmaking werd al enkele malen aangehaald.

Daarnaast blijft het **vinden van opdrachten** voor designers die niet uit een eigen artistiek verhaal ontwerpen een noodzaak. In het kader daarvan verwacht de designsector een positief effect van de uitvoering van het “decreet houdende de realisatie van kunstopdrachten voor gebouwen van openbare diensten en daarmee gelijkgestelde diensten en van door de overheid gesubsidieerde inrichtingen, verenigingen en instellingen die tot de Vlaamse Gemeenschap of het Vlaamse Gewest behoren” van 20 februari 2019. Minister Gatz heeft bij de lancering van deze Kunst in Opdracht regeling aangegeven dat de budgetten gespendeerd kunnen worden aan vele vormen van kunsten. Vormgeving, met zijn enorme toepasbaarheid in elke maatschappelijke context, is hiervoor quasi altijd een geschikte kandidaat. De regel houdt in dat als de Vlaamse Overheid een bepaald bouwproject voor minstens 30 procent subsidieert, er een percentage van de bouwkost moet gaan naar een kunstopdracht. Het gaat hierbij over bedragen tussen de 15.000 euro en 250.000 euro. Scholen, ziekenhuizen, woonzorgcentra, cultuurcentra, sportzalen,

bruggen en tunnels kunnen vanaf nu rekenen op een artistieke aanvulling. Opnieuw heerst binnen de sector wel de vrees dat, gezien het gebrek aan kenners van de sector, curatoren en aanspreekpunten, de designsector ondanks zijn potentieel niet ten volle van deze regeling zal kunnen profiteren. **Matchmaking tussen bouwheren en designers** door een instantie met kennis van zowel de vormgevingswereld als het realiseren van kunst in de publieke ruimte is ook hier van cruciaal belang.

Op de essentiële noodzaak van presentatie en promotie voor de designwereld gingen we al in onder 2.8.2. Designkritiek en –discours. De designer heeft daarbij nood aan communicatie rondom hun werk en **discoursvorming** rondom de designpraktijk. 57% geeft aan te weinig tijd over te houden voor communicatie en promotie van het eigen werk, en 60% geeft aan dat opdrachtgevers of klanten vaak niet goed begrijpen wat een ontwerper precies doet.

Het is al enkele malen aangehaald, maar designers hebben meer dan andere kunstenaars nood aan **ondersteuning bij het schrijven van dossiers**, waarvan deze binnen het Kunstedecreet slechts een stroming vormen. Designers zijn per definitie geen schrijvers. Er wordt in de sector wel eens gegrapt dat “alle designers dyslectisch zijn”, een stelling die hoewel uiteraard niet volledig waar toch ook niet noodzakelijk de realiteit oneer aandoet. Designers kunnen bovendien weinig beroep doen op designcritici aangezien er hiervan slechts een handvol ter beschikking zijn. Lifestyle gerichte schrijvers hanteren niet noodzakelijk de geschikte “dossiertaal”. Eventueel kan er voor designers worden gekeken naar een gesprek om de kandidatuur te verdedigen. Net als voorheen komt ook hier de vraag van de sector terug om grotere openheid voor de diverse profielen in het designveld en de diverse behoeftes tijdens de loopbaan. Een subsidielijn, hoe klein ook, die meer op de wetmatigheden van de sector is geschreven, net zoals voor de specifieke waardeketens bij film en letteren, zou hiervoor een uitkomst kunnen bieden.

Tenslotte is voor designers ook een manier van **startkapitaal** van belang. Het beginnen van een eigen carrière is duur en tijdrovend. Er moet onderzoek gebeuren naar zowel het artistieke verhaal (zoals bij iedere kunstenaar) als de technische manieren om dit te verwezenlijken, alsook naar het opzetten van de manier van werken: via opdrachtgevers, agenten, galleries, bedrijven, beurzen of winkels? Ontwikkelingsbeurzen zijn hierbij van enorm belang om starters ademruimte te geven, maar zeer moeilijk toegankelijk voor de nog jonge beloftevolle designer. Een starter moet namelijk al iets gepresteerd hebben en daarvoor al eerder financiële middelen gevonden hebben. Op deze manier vallen beloftevolle kandidaten weg die zich de tijd en de middelen voor opstarten van een professionele portfolio en een doorwrocht dossier niet kunnen veroorloven. Unfold heeft zijn succes te danken aan en aandelenverkoop uit 2008, waarmee zij hun eigen 3D-printer hebben kunnen aankopen. Meer startkapitaal, of een systeem van wildcards (gelijkaardig aan VAF) zou eventueel deze nood kunnen ledigen.

Een andere kwestie is de grote behoefte aan **kleine beurzen met een economisch- promotioneel** doel voor basisondersteuning, zowel voor starters als gevorderden, die snel en gemakkelijk kunnen aangevraagd worden. Beurzen voor deelname aan een studiedag, het bekostigen van een stand op een beurs, het

drukken van folders, een website opbouwen, prototypes maken, enz. Zo een beurzenlijn van kleine bedragen tussen 500 en 2000 euro kan designers helpen zichzelf zichtbaar te maken door bv. deelname aan conferenties of tentoonstellingen die cruciaal zijn maar omwille van financiële krapte zouden worden overgeslagen.

2.9.2 Extra noden van organisaties

2.9.2.1 A. Samenwerking en netwerking

De Vlaamse designsector is zoals gesteld gefragmenteerd. Naast het feit dat deze nood voor designers bestaat zijn voor bedrijven en organisaties **formele netwerken** nochtans ook nodig om kennis uit te wisselen. De zichtbaarheid van bv. het Design Museum Gent of van Z33 is onbetwistbaar, maar bv. voor OVAM, dat designers expliciet tot hun doelgroepen rekent, is het minder evident om zichzelf kenbaar te maken voor ontwerpers. De ontwerper speelt immers een cruciale rol in de context van duurzaamheid. Momenteel is er echter geen partij in het designveld die een dergelijke taak op zich kan opnemen. OVAM sloot nu proactief samenwerkingsverbanden af met partners die als brug kunnen fungeren, zoals met FlandersDC voor hun awards en workshops, en op projectniveau. Niettemin mist er een aanspreekpunt, en natuurlijke netwerking en blijft de geschikte kanalen vinden en benutten een pijnpunt.

Het onderwijslandschap voor vormgeving in Vlaanderen is tevens uitgestrekt. De opleidingen productontwikkeling zijn zo verschillend dat ze ook een verschillend type student aantrekken. Zo is Genk duidelijk veel meer gericht op social design terwijl Antwerpen zich meer focust op processen en methodieken. Kortrijk werkt dan weer technischer. In zo een context zou zelfs een letterlijke uitwisseling van studenten een enorme verrijking kunnen zijn. Dan moeten de opleidingen organisatorisch samenwerken, zouden ze elkaars eigenheden leren kennen, en zich met die kennis nog beter kunnen profileren.

2.9.2.2 Het vinden van de juiste designers om mee samen te werken

In bepaalde sectoren is het quasi evident dat er samengewerkt wordt met designers. Dat is hoofdzakelijk zo in de interieur- en meubelsector. Maar andere sectoren zijn zich nog niet bewust van het belang van designer. Er is bestaan bij organisaties en bedrijven nog veel vooroordelen over de mogelijke rol van de designer, die overwegend gezien wordt als iemand die alleen de vorm van het product ontwikkelt, het esthetische aspect, terwijl hij ook strategisch kan ingezet worden met grote impact op het management en het economische succes van een bedrijf.

Het **vinden en selecteren van de juiste designers** is hierbij zeker een nood. Bedrijven die (nog) niet met designers hebben samengewerkt durven niet altijd de eerste stap te zetten. Bedrijven die wel al samenwerken met designers hebben het soms moeilijk met bijblijven bij de ontwikkelingen van het veld, het vinden van nieuwe designers, of het maken van een keuze uit alle profielen die hen contacteren of



worden aangeboden. Dit is jammer, aangezien dergelijke projecten interessante mogelijkheden bieden voor de ontwikkeling en professionalisering van ontwerpers die op zoek zijn naar opdrachten.

Er is dus een wederzijdse vraag naar **informatie over designpotentieel** zowel bij organisaties als bij individuele ontwerpers. Terwijl Design Vlaanderen een bestand van zowel contactgegevens van designers als van potentiële bedrijven bijhield, wordt er momenteel door geen enkele speler actief een databank aangelegd. Nochtans zijn dergelijke databanken onontbeerlijk om overzicht te houden over het designlandschap, en basis van deze kennis advies te verlenen of partijen samen te brengen. Dergelijke referentielijsten zouden meteen multi-inzetbaar zijn: ze zorgen voor een efficiëntere werking, kunnen een kader bieden voor debatten over noodzakelijke ingrepen in de publieke ruimte of een verhoogde kwaliteit van de gebouwde en ingerichte omgeving. Designregio Kortrijk is zich van bewust van deze nood, en matcht ondernemers aan ontwerpers of omgekeerd. Ze beoefent deze praktijk echter voor en vanuit de eigen regio.



2.10 TRENDS EN ONTWIKKELINGEN IN HET LANDSCHAP

Zoals reeds aangegeven zitten er hiaten in de ecologie van het vormgevingsveld. Bepaalde essentiële taken en rollen worden momenteel door niemand opgenomen. Dit geldt zeker ook zo voor de opvolging van de trends en ontwikkelingen binnen de hedendaagse wereld van vormgeving. Hiervoor is er te weinig aandacht, en geen uitstalraam, waardoor er een globaal beeld van design in Vlaanderen ontbreekt. Er is geen organisatie die zich bezighoudt met het adviseren van een design beleid, en het actief ontwikkelen van een visie op de toekomst van het veld is versnipperd. Er is namelijk echter geen enkele organisatie die de ontwikkeling van het veld als geheel tot doel heeft. Dit heeft zijn effect op het ontbrekende publieke debat (besproken bij Reflectie), het ontbrekende bewustzijn over design (besproken bij Participatie) en het gemis van stimulator voor het veld en praktijkontwikkeling in zijn geheel.

Tijdens het werk verricht voor dit overzicht van het landschap kwamen er wel zeker een aantal trends en nieuwe ontwikkelingen aan het licht (zie ook ter vergelijking nog 1.3.4). We geven hier een overzicht van de meest opvallende.

2.10.1 Disciplinaire onbepaaldheid en betrokkenheid

Is design wel nog steeds een discipline? Hoe bepalend is design geworden in de geësthetiseerde samenleving? Hoe beïnvloedt design de maatschappij van vandaag en morgen? Is het een kunstvorm, een tak van de industrie of een gewoon een radertje van de consumptie-economie? Hoe verhoudt design zich tot de digitale media en andere artistieke disciplines nu alle creatieven dezelfde software gebruiken om beelden te maken? Is design als vakgebied gedemocratiseerd door de toegankelijkheid van de tools en is dus iedereen nu designer? Is design het slachtoffer van de automatisering of juist niet? Is design het slachtoffer van zichzelf omdat het te groot werd of te breed, te interdisciplinair om nog een discipline te zijn? Wat zijn precies die immateriële zaken waar design mee bezig is?

Elke vorm van activiteit of kennis die zich door groei en institutionalisering tot een discipline kan ontwikkelen, wordt op een bepaald moment vastgelegd in een set van regels. Onder invloed van de veranderende omgeving en condities is deze regelgeving onderhevig aan periodische verandering. De aanpassing van de regels is dus van primordiaal belang voor de ontwikkeling van elke discipline. Het moment wanneer een discipline gedefinieerd en vastgelegd wordt, kan beschouwd worden als het begin van een periode van stilstand. In de huidige tijd van groeiende onzekerheid, globale verwevenheid en technologische versnelling lijkt het zinvoller een andere benadering te hanteren tot discipline van design die de mens en de maatschappij in beweging weerspiegelt en beantwoordt. De term die hiervoor gebruikt kan worden is 'alterplinary' (Bourriaud, Graig), een toestand waarin design het prototype voorstelt van de 21^{ste}-eeuwse reiziger, verwijzend naar de huidige *condition humaine* getekend door beweging en onzekerheid. Hierbij ontstaat een nieuwe vorm van ontwerpen, de 'journeyform', gemaakt in ruimte en tijd onder invloed van de steeds snellere verspreiding en integratie van digitale media, die zich vooral

manifesteert in de vorm van trajecten. 'Alterplinary' wijst dus op een definitie van design op basis van een minder vastgebonden ruimte-tijd begrip, die in contrast staat met een voor een bepaalde periode vastgelegde regelgeving. Vandaag is een dergelijk strakke disciplinerende niet meer relevant en zeker niet stimulerend. Volgens deze visie zou design dus als het ware moeten ge-on-disciplineerd worden, ontdaan van disciplinerende en definiërende, eerder dan voorzien van een nieuwe set vaste definities. Hoe abstract deze benadering ook lijkt, vele experts zijn het erover eens dat deze paradigmashift niet alleen noodzakelijk is voor het designveld maar voor quasi alle sectoren van de maatschappij, als we de uitdaging waar we voor staan willen aankunnen. In die zin is het een bijzonder waardevolle aanpak voor een beleid dat vooruit wil.

Wanneer men de term 'trends' hanteert in de context van design, is dit te verstaan in de zin van tijdgeest, een algemeen, onderliggend gevoel dat niet los te koppelen valt van de manier waarop men het heden aanvoelt of met alle dingen des levens omgaat. Om hier een goed zicht op te krijgen moet verder gekeken worden dan de kleine regio die Vlaanderen is. Invloeden komen onherroepelijk uit alle richtingen en de stimulansen komen in zo een situatie juist door breder te kijken. Het onderzoeken van culturele integratie binnen design is hier slechts één voorbeeld van (zie o.a. het werk van Sanne De Wolf). Dit kan een specifieke betrokkenheid bij een andere cultuur impliceren. Precies dat woord '**betrokkenheid**' is van groot belang, en een erg belangrijke trend. Tegelijk met de trend van de onbepaaldheid, die eveneens een gevolg is van de huidige wending van de geschiedenis én een noodzakelijke aanpassing om ermee om te kunnen gaan, vertoont zich de trend van de betrokkenheid, een mobiele betrokkenheid in de diverse betekenissen van het woord. Deze trend toont aan dat de onbepaaldheid niet als noodzakelijk gevolg heeft dat we elk verband verliezen, maar wijst net een weg om met die conditie om te gaan. Daarom **verdient 'betrokkenheid' een podium op het designveld**, zowel vanuit de sector als vanuit het beleid.

2.10.2 Unieke stukken en ambachtelijkheid

Ambachtelijkheid is al langer terug als trend in design, maar het begrip is niet langer alleen te detecteren in oevres waar met traditionele materialen en technieken wordt gewerkt. Opmerkelijk hierbij is dat het zo begrepen ambachtelijke ook door de nieuwe generatie machines, waaronder computergestuurde machines (CNC of Computer Numerical Control machines, 3D-printers, lasercutters etc.) kan uitgevoerd worden. De computergestuurde machine is een instrument net zoals de hamer en beitels of het weefgetouw, en kan nog altijd beschouwd worden als het verlengstuk van de ontwerper. De nieuwe machines bieden ontwerpers veel meer mogelijkheden om hun concept uit te werken tot een object, al dan niet als maatwerk. De tussenkomst van een computer wordt hier dus gebruikt voor de productie van designvoorwerpen met een uniek en artistiek karakter. Ambachtelijkheid uit zich bovendien ook in de attitude tijdens de fase die aan de uitvoering voorafgaat.

Maatwerk en volledig eigenaarschap van ontwerp tot uitvoering zijn eigenschappen van ambachtelijkheid die resulteren in een uniek product. Unieke stukken worden over het algemeen waardevoller geacht dan in serie geproduceerde objecten, wat resulteert in de recente opkomst van **high-end design van unieke**



stukken, het zogenaamde **object design**. De markt van dit soort exclusieve producten groeit momenteel sterk. Uitingen van vernieuwde interesse voor dit segment in eigen land zijn de Brusselse designbeurs Collectible en de Vaklabs van Bokrijk.

De opleving van het ambachtelijke is deels te danken aan het gemis van en verlangen naar **het tastbare**. Dit is het gevolg van de digitale revolutie die ons meer en meer doet leven in een virtuele wereld waarin bepaalde zintuiglijke gewaarwordingen, in het bijzonder de aanraking, ontbreken. Een scherm aanraken biedt geen **tactiliteit**. Dit is een van de oorzaken voor het teruggrijpen naar handwerk. De psychologische voldoening van het manuele maakproces én van het aanraken van handwerk is heel menselijk (Richard Sennett) en een niet te verwaarlozen behoefte van vele mensen, maar dit soort beleving of gewaarwording kent een sterke achteruitgang in onze huidige maatschappij.

Uniciteit en ambachtelijkheid horen bij elkaar, maar er is nog een nieuwe dimensie bij gekomen, namelijk **verantwoordelijkheid**. Aanvankelijk werden het eenmalige en het ambachtelijke (in contrast met de massaproductie) gezien als een houding die het milieu niet schaadt. Daar is een nieuwe overweging bij gekomen, namelijk dat mensen meer gehecht zijn aan een uniek stuk, er een band mee opbouwen, en het minder snel zullen weggooien dan een product dat het resultaat is van massaproductie.

Er is een belangrijke verbreding aan de gang van het begrip ambachtelijkheid via de notie van '**embodied knowledge**', wat duidt op een bepaalde kwaliteit, volledige opvolging, eigenaarschap, maatwerk, etc. Het is interessant om vast te stellen dat er op inhoudelijk en creatief vlak een **positieve spanning** is tussen de traditionele ambachtelijkheid en de nieuwe ambachtelijkheid als 'embodied knowledge', al dan niet in samenwerking met de industrie of in combinatie met de toepassing van nieuwe materialen.

Designers werken opnieuw graag met de hand en dit na een periode van ca. 30 jaar, sinds de jaren 1990, waarin handwerk werd achtergelaten in ruil voor een volledige overgave van productie en afwerking aan de computer mits een minimaal menselijk overzicht. Tegenwoordig worden de prototypes in de meeste studio's manueel gemaakt, en zelfs in de volgende fase, bij de uitvoerende bedrijven, leggen de technici vaak ambachtelijke attitudes aan de dag om tot het uiteindelijke product te komen. Het is opmerkelijk dat zelfs bij industriële producten het productieproces nog een manuele dimensie heeft. Op het niveau van productie lijkt er steeds een goede verstandhouding te zijn tussen de ambachtelijke en de industriële manier van werken. De spanning doet zich wel voor op economisch vlak. De traditionele ambachtelijke productie is economisch achterhaald omdat ze te tijdrovend en te arbeidsintensief is om een voldoende omzet op te leveren. De echt grootschalige massaproductie is in absolute tegenspraak met de ambachtelijke productie.



2.10.3 Het speculatief-kritisch design

Een blijvend aandachtspunt is de breedte van het designveld. Wat opvalt is dat er binnen de meer klassiek te noemen lijnen zoals juwelenontwerpers, productontwerpers, interieurvormgevers of ontwerpers in de publieke ruimte zich een nieuwe praktijk manifesteert gericht op het **speculatief-kritische aspect**, waarbij over specialismen heen wordt gewerkt, niet in de vorm van directe research binnen één materiaal of medium en niet direct winstgevend. Dit nieuwe domein dat zich op de eerste plaats op de ontwerppraktijk zelf richt en deze ook in vraag stelt, heeft niet de middelen om zich naar behoren te ontwikkelen en hoort eigenlijk ondersteund te worden via het Kunstendecreet. Het betreft hier ontwerpers die een gebruiksfunctie als secundair aan de over te brengen boodschap aanzien, en aldus diepgaand gelieerd zijn met de manier van werken zoals die gangbaar is binnen de beeldende kunsten.

Deze ontwerpers horen thuis in de groep van de experimentele, artistieke praktijken die nieuwe methodologieën en tactieken ontwikkelen. Een dergelijk aanpak wordt in het onderwijs nauwelijks behandeld en ook door het veld weinig ondersteund. Steun binnen het Kunstendecreet zou deze ontwerpers toelaten artistiek te rijpen en een verrijking te betekenen voor het Vlaamse designlandschap. Maar daar te geraken is een switch, een omslag in denken nodig, weg van de tweedeling tussen de beeldende kunstenaar enerzijds en de designer met traditionele productoplossingen anderzijds. Zolang deze binaire visie heerst, zal het Vlaamse landschap geen bijdrage kunnen leveren aan het internationale debat, dat kritisch en relevant en actueel is, over de impact die design kan hebben op de hele maatschappij. We kunnen met zekerheid stellen dat het belang van deze evolutie zo groot is, dat ze de overweging verantwoordt om binnen het Kunstendecreet een fonds op te richten specifiek gewijd aan deze designtak. Echter, door het ontbreken van een sectorinstelling ontbreekt uiteraard ook een orgaan die de leiding en inhoudelijke uitwerking hiervan op zich zou kunnen nemen.

2.10.4 Immaterieel en conceptueel design

Er is een duidelijke tendens naar meer immateriële en conceptuele vormen van design. Zowel artistiek-conceptueel als andere vormen van immaterieel design worden meer en meer gedragen vanuit de bedrijfswereld, terwijl er bij het publiek nog zeer weinig kennis en begrip over bestaat.

Immaterieel design is zowat tien jaar aanwezig in België maar is wel echt nieuw. **Vooraf grote bedrijven** en multinationals zijn ervan op de hoogte en zijn er bijzonder in geïnteresseerd. Het beleid is in principe ook op de hoogte maar neemt momenteel geen initiatief. De meeste specialisten zijn nog actief op universitair niveau, bv. binnen een kenniscentrum, waar experiment mogelijk is en van daaruit sijpelt het door naar bedrijven. Grote bedrijven die er nu reeds het potentieel en de zin van inzien, zijn vaak ook bedrijven die bezig zijn met de transitie naar de circulaire economie: zij hebben immers nood aan vrijdenkers die systemen in vraag stellen.

Een eerste vorm van immaterieel design is **service design**. Deze discipline richt zich eenvoudig gezegd op de evaluatie en verbetering van diensten aan de hand van de analyse en aanpassing van de achterliggende

processen, procedures, productietechnieken en organisatiestructuren, binnen eender welke organisatie, bedrijf of overheid. Reeds lang bestaat het inzicht dat het nuttig is om een dergelijke opdracht te laten uitvoeren door een gespecialiseerd extern bureau in plaats van door eigen mensen. Hierbij dient opgemerkt dat de bedoelde verbetering vanuit verschillende standpunten kan doorgevoerd worden, bv. vanuit een puur financieel of markteconomisch oogpunt, vanuit een personeelsvisie, met het oog op schaalvergroting enz. In wezen hoort service design erop gericht te zijn een **betere dienstverlening te bewerkstelligen zowel voor de klant als voor het bedrijf zelf** en zijn werknemers. Dit blijft relevant en de verwachting is dat de discipline nog in belang zal toenemen. Zo kan men bv. denken aan de **uitdagingen waar de overheid voor staat**, qua personeelsbeleid, het gebruik van gebouwenpatrimonium, de digitalisering en administratieve vereenvoudiging, maar ook het scherpstellen van doelstellingen en randvoorwaarden enz. Een service design team kan daartoe nieuwe inzichten bijdragen omdat ze als buitenstaander alle processen van buitenaf bekijken en zo beter zwakke plekken kunnen identificeren alsook lessen kunnen betrekken uit gelijkaardige of concurrerende organisaties.

Systemic design, een andere tak van immaterieel design is in België echter nog **lang niet voldoende bekend** hoewel het op veel onderwerpen kan worden toegepast. Een **complexe applicatie of een proces** binnen een organisatie, een reorganisatie met nieuwe samenwerkingsverbanden inclusief het herdenken van de architectuur met als centrale vraag: 'Hoe kunnen mensen op een andere manier samenwerken en beter hun job doen?' Een stap verder vormen **stelselveranderingen binnen netwerken** rond de vraag hoe een netwerk efficiënter gemaakt kan worden en beter kan samenwerken om onderdelen beter te bedienen. Nog een andere focus is de maatschappelijke. Hoe een mentaliteitsverandering in gang zetten en ervoor zorgen dat bv. middenveldorganisaties beginnen samen te werken, of meer impact hebben. Of op een nieuwe manier gaan nadenken over integratie, niet als een wij-zij verhaal maar als een 'ons' verhaal. De onderwerpen zijn onuitputtelijk, maar steeds gaat het om complexe systeemvraagstukken. Omdat hierbij quasi steeds vaste denkpatronen moeten doorbroken worden, komen de **beste systemic designers vaak uit een artistieke achtergrond** en dit moet als een zeer belangrijk punt van aandacht gesignaleerd worden. Op dit ogenblik is **Namahn Human-Centred Design** als enige in Vlaanderen actief mee bezig, onder meer het systemische verhaal ook te verspreiden via sociale media.

Binnen de Belgische en Vlaamse beleidscontext moet opgemerkt worden dat men niet moet betrachten om hierrond alles zelf uit te vinden, wat gewoonweg onmogelijk zou zijn. De nadruk zou moeten liggen op het **ruim bekend en beschikbaar maken van tools** zodat designers die het willen ermee aan de slag kunnen. Het is op de eerste plaats een kwestie van openheid creëren, en dit kan al ingeleid worden met eenvoudige initiatieven voor designers zoals, om maar iets te noemen, bij gelegenheid het uitdelen van gratis tickets aan een tentoonstelling over het onderwerp in een groot internationaal museum.

Hoewel abstract en complex en dus niet voor iedereen toegankelijk, wordt toch groei verwacht. Bij service design heeft de incubatietijd voorheen ook lang geduurd waar de methodologie dichter aan bij materieel design leunde dan bij systemic design dat zich richt op ruimere en complexere problemen. De verwachting



is wel dat het systemische meer en meer op de voorgrond zal treden en aan marktaandeel zal winnen, en waar steeds meer ontwerpers zich zullen op toeleggen.

2.10.5 Ecologisch en verantwoord design

Immaterieel design wordt vaak gelinkt aan ecologische oplossingen, het past perfect binnen het duurzaamheidsverhaal. De maatschappij heeft er immers alle baat bij dat er niet langer continu gratis producten op de markt gebracht worden. Nieuwe producten moeten een meerwaarde hebben, anders zijn ze niets meer dan het afval of de vervuiling van straks. Het is totaal zinloos en destructief om de zoveelste plastic stoel met een ander vormpje of kleurtje op de markt te gooien. Experts geloven dat die periode definitief voorbij is en dat er geen twijfel meer over kan bestaan dat ontwerpers vanuit een andere mindset producten en diensten moeten ontwerpen.

Heel lang draaide het debat rond de circulaire economie, maar nu gaat het expliciet over duurzaamheid en ecologie. Bovendien is het debat de laatste jaren opengetrokken naar **echte maatschappelijke vraagstukken**, vooral op dit ogenblik rond zorg, sociale en maatschappelijke problemen. Op academisch en praktijkniveau is dit een goede zaak want verbinding en uitwisseling zijn voordelig. Ook het beleid zou hierbij moeten aansluiten in Vlaanderen zowel als elders.

In Vlaanderen is voor **OVAM** reeds lang duidelijk dat ecodesign een meerwaarde vormt voor een product. Het bleek echter een uitdaging om bedrijven hiervan te overtuigen. Om bedrijven te helpen nam OVAM het initiatief om ze te koppelen met geschikte ontwerpers. Aanvankelijk ondervond OVAM een grote afstand tot de designwereld. Daarom ging het samenwerken eerst met Design Vlaanderen en later met FlandersDC, om zo toenadering te vinden tot ontwerpers.

OVAM stelde vast dat het bij vele betrokkenen nog ontbreekt aan kennis. De ontwerpfase is echter cruciaal, omdat er in die fase veel impact kan vermeden worden of omgekeerd veel (ecologische) waarde kan ingestoken worden. Dat is de reden waarom OVAM het thema ecodesign heeft opgenomen. Terwijl veel mensen zich verontwaardigen over de afvalfase – de bergen afval die zich ophopen, de plastics die het milieu vervuilen enz. – kan een groot deel daarvan vermeden worden in de ontwerpfase.

OVAM werkt ook actief aan **bijbscholing voor professionele ontwerpers**. Daarom hebben ze in samenwerking met FlandersDC de Ecodesign Awards in het leven geroepen, voor professionelen en voor studenten. Tegelijk zijn de awards een goed sensibiliseringsmiddel. Daarnaast werkt OVAM ook samen met ontwerpscholen.

Ook de gebruiker of consument maakt keuzes, gaat op een bepaalde manier met een product om die een hogere of lagere impact kan hebben. Alle facetten zijn dus belangrijk maar in de visie van OVAM begint het bij de ontwerper, en die rol wordt ruim opgevat: een productdesigner, een service designer of een systemic designer. OVAM stelt bovendien dat de inhoud of benadering van **productdesign geleidelijk**



opschuift naar social design, service design, human centered design en systemic design. Deze evolutie is heel interessant omdat het ook een verschaling inhoudt.

Inhoudelijk blijkt **ecodesign** geen gemakkelijk thema. Ontwerpers denken soms onterecht dat dit teruggebracht kan worden op enkel de materiaalkeuze. Anderzijds geeft het ook **veel voldoening, omdat het vaak aanleiding geeft tot een vrijere manier van ontwerpen**. Er moet vermeden worden dat er een negatieve connotatie aan ecodesign kleeft, dit geldt op alle niveaus. Naar ontwerpers toe moet vermeden worden om het thema aan te brengen als beperking van de ontwerpvrijheid. In tegendeel, moet men hen nieuwe inzichten geven die hen toelaten nieuwe mogelijkheden in producten te ontdekken. Nog interessanter is om niet enkel naar het product te kijken maar naar het systeem errond. OVAM beklemtoont dat ecodesign **geen kwestie is van afnemen maar van toevoegen** (van mogelijkheden, waarde enz.) Een goed voorbeeld hiervan zijn de deelsystemen, waardoor meerdere mensen producten kunnen gebruiken die ze niet hadden kunnen kopen. Daardoor hebben ze er wel het gebruiksplezier van maar niet de zorgen en de lasten van aankoop en eigendom. Dat moet de teneur zijn, en op dit ogenblik zijn er verschillende evoluties in die richting.

2.10.6 Collectivisme

Design was altijd al gevoelig aan snelle veranderingen maar nu constateert men dat design meer en meer buiten de oevers van zijn eigen disciplinaire grenzen treedt en zich in een staat van **voortdurende transversaliteit** bevindt. Zo groeit de behoefte naar **methodologische verjonging**. Deze behoefte wordt vaak beantwoordt door collectieven die niet noodzakelijk op basis van de traditionele disciplines ontstaan (zoals een collectief van grafische vormgevers, modeontwerpers of keramisten) maar op basis van hoe designers over de disciplinaire grenzen heen hun werk aanpakken. Dergelijke **hybride werkvormen** zien we bijvoorbeeld ontstaan bij een organisatie als bij Rotor - Brussels, waar bv. een bureau tegelijk actief kan zijn in de recuperatie en verkoop van materialen, in ontwerpend onderzoek en klassieke ontwerp opdrachten. In dezelfde zin werd eerder al verwezen naar de **nood aan uitwisselingskansen en het bijeenbrengen van kennis** in biotopen (zie nog 2.9.2), waar vrij van de traditionele schotten gereflecteerd kan worden.

Omdat ze de **meerwaarde van werkgroepen** inzien, enerzijds in de zin van het bundelen van krachten, anderzijds om hun zichtbaarheid te vergroten, vormen designers meer en meer clusters of collectieven. Team Support lijkt de toekomst voor ontwerpers, zowel voor het zakelijke als het inhoudelijke aspect van hun werk. Team Support biedt communicatiemogelijkheden, emotionele ondersteuning, informatie uitwisseling, instrumentele, tastbare assistentie en constructieve kritiek. Het biedt ook steun bij specifieke problemen, niet meteen in de vorm van concrete oplossingen maar eerder met een waaier van alternatieve evaluaties, en in het beste geval een combinatie van deze elementen.

Tegenwoordig is het niet meer voldoende om een goede ontwerper te zijn. Er zijn er zoveel dat je je moet onderscheiden en opvallen om kans te maken opgemerkt te worden. Dit vergt een strategische en



weloverwogen aanpak waarbij samenwerkingsverbanden een noodzaak zijn. **Collectieven** worden tegenwoordig gevormd uit creatieve geesten van diverse pluimage, zelfs van buiten de designsector, uit de academische wereld of de traditionele bedrijfswereld, waarbij eenieder zich nuttig kan inzetten. Collectieven trekken gemakkelijker de aandacht dan enkelingen. De individuele ontwerper die zich afsluit behoort noodgedwongen tot het verleden, omdat hij moeilijker het hoofd kan bieden aan de harde realiteit van de designsector. En dit geldt ook voor de meer artistieke ontwerper, want ook die zal zich moeten profileren en dus de voordelen inzien van aan te sluiten bij een collectief.

Een succesvol Belgisch collectief is bv. de al eerder aangehaalde die werd opgericht op basis van gemeenschappelijke idiomen, concepten en visies, waaronder een waardering voor betekenisvolle samenwerkingen en een gedeelde betrokkenheid in het designveld. Reeds een jaar na oprichting in 2018 ontving dit collectief de prijs Young Design Talent van FlandersDC (Henry Van de Velde Awards) en staat BRUT op de Milan Design Week. Van meer praktische aard is de werking van Zaventem Ateliers, een plaats voor designers gericht op ontmoeting, creatie en productie, met een aanbod aan individuele werkplaatsen die men kan huren, en waarbij samenwerking, delen en leren centraal staan. De Ateliers vervullen ook de rol van curator voor een kunst- of architectuurprogramma, waarvoor de Grand Hall van het gebouw ter beschikking gesteld wordt.

Om de strategie en het netwerk te bepalen is het voor designers aangewezen om met project netwerken of met **project-activiteit-netwerksystemen** te werken om te komen tot een beter plan van aanpak, betere coördinatie, meer inzicht in mogelijkheden en meer controle. Het fietsdeelsysteem van de stad Mechelen, een systeem dat nu ook in andere steden bestaat, is hiervan een mooi voorbeeld dat kadert in nieuwe businessmodellen waaronder deelsystemen voor bepaalde producten. In een deelsysteem gedragen producten zich anders dan op de markt en moeten ze dus ook anders ontworpen worden. Omdat het zorgdragen niet aan individuele eigenaars toekomt, moet aan zo een deelsysteem ook een hersteldienst worden gekoppeld. Het eigenaarschap blijft bij de oprichtende organisatie, waardoor deze bij de opstart gemotiveerd is om een heel degelijk en kwaliteitsvol product te ontwerpen dat gemakkelijk herstelbaar is. Zo ontstaat ook een ander businessmodel dat de ontwerpers in hun verhaal moeten meenemen.

2.10.7 Invloed van het digitale, nieuwe richtingen binnen het grafische, online vormgeven, (culturele) content op een nieuwe drager

Niet verrassend is een sterke trend het aandeel en de invloed van digitale en sociale media. We kijken meer YouTube dan tv, en dat wordt ook grafisch vormgegeven. Dit is een ontwikkeling van design in een andere richting dan men zou verwachten. Maar, hoewel het niet altijd opvalt, is alles **online vormgegeven**, en dit is momenteel sterk ondervertegenwoordigd in de opleidingen. Er is ook weinig aandacht voor allerhande vernieuwingen met betrekking tot design die zich online afspelen, en voor hoe deze media op hun beurt de traditionele vormgeving beïnvloeden. Iemand zoals youtuber Casey Neistat (*1981) is ook een vormgever, en hij komt stevast met visueel heel verrassende en interessante zaken. Ook youtubers maken **culturele content, alleen op een andere drager**. Daarom is het heel belangrijk ons te bevrijden van



de traditionele denkpatronen en toonplekken. Het hoeft bijvoorbeeld al lang niet meer zo te zijn dat mensen zich fysiek moeten verplaatsen om design te ontdekken.

Het vak van grafisch design is heel sterk aan het diversifiëren, zodanig dat de grafisch ontwerper in de strikte zin, die heel zichtbaar was, nu veel minder een rol speelt. Grafisch ontwerp heeft zich verspreid, krijgt steeds meer sub-toepassingen en specialismen die niet allemaal door opleidingen kunnen afgedekt worden. In de laatste tien jaar is dit in een stroomversnelling terechtgekomen. Dit heeft grote veranderingen tot gevolg voor het beroep van grafisch ontwerper. Mensen die een eigen expertise ontwikkelen en die in de markt kunnen zetten, kunnen heel goed betaald worden. Echter een carrière als algemeen grafisch vormgever opstarten is veel minder evident geworden, en dit werk wordt ook minder goed betaald. De sector is zo geëvolueerd dat de slaagkansen nu enorm variëren per specialisatie of per type klant.



Design dat door de provinciale afslanking is opgegaan in Z33 probeert Euregionale Europese subsidies te verkrijgen, en daarnaast zijn promotionele werking voor Limburgs design (Wanderful) terug op te starten.

Een regionale aanpak is, naast een overkoepelend Vlaams beleid voor vormgeving, geen overbodige luxe. Het doorgroeien van jonge designers naar een belang op Vlaams niveau is momenteel bijzonder moeilijk. De regionale platformen waren in staat nauw samen te werken met regionale kamers van koophandel en instanties zoals provinciale ontwikkelingsmaatschappijen. Ze staan dichterbij de bedrijfswereid dan mogelijk is vanuit een Vlaams niveau. De platformen hielden er daarbij ook zeer nauwe contacten met de regionale onderwijsinstellingen en andere belanghebbende organisaties op na (bv: spelers zoals ziekenhuizen, havens, erfgoedcellen, sociale economie, middenveldspelers, ...).

De vraag om een overkoepelend overleg en een trekker voor het regionale niveau heerst nog altijd, aangezien het huidige resterende regionale beleid erg verkokerd is en op zichzelf is teruggeplooid. Er is een incentive nodig vanuit de overheid om een dergelijke samenwerking op te starten.

2.11.2.2 Regionale awards en subsidies voor design en ambacht

Ten tweede was het regionale niveau door de provinciale afslanking geconfronteerd met het wegvallen van de provinciale prijzen voor cultuur en vormgeving. Deze prijzen fungeerden aanvullend bij het systeem van Vlaamse en internationale awards, en hielpen om regionaal **talent op de radar** te zetten en te laten doorstromen. Zo was er: de tweejaarlijkse prijs voor Vormgeving van de Provincie Oost-Vlaanderen (5.000 euro en tentoonstelling), de vierjaarlijkse prijs voor Vormgeving van de Provincie West-Vlaanderen (5.000 euro en tentoonstelling, en potent premies toegekend worden, er zat 12.500 euro in de prijzenpot), de vierjaarlijkse prijs voor kunstambachten van de Provincie West-Vlaanderen (5.000 euro, een gouden erepakket, en een tentoonstelling), Limburgse Cultuurprijs (5.000 euro) en de Cultuurprijs Provincie Antwerpen (7.500 euro).

Deze awards hadden vele positieve effecten op het veld. Ze lieten talenten doorstormen, lieten een **regionaal publiek kennismaken** met vormgeving in al zijn vormen, werken als multiplicatoreffect (designers werden soms gezien door bedrijven, en kregen zo nieuwe opdrachten), en het prijzengeld was een welgekomen stimulans voor vormgevers om zich even "tijd" voor ontwikkeling te gunnen. Momenteel geven designorganisaties aan dat zij startend talent meteen moeten doorsturen naar het Vlaamse niveau, wat misschien een stap te snel is voor hen.

De regionale prijzen voor studenten in Limburg werden al georganiseerd door Het Belang Van Limburg (Wanatoe), en blijven dus verdergezet worden. Het betreft hier echter een prijs voor verdienstelijke studenten, niet voor een professional uit het veld. Het prijzengeld is dan ook van een kleinere grootorde (ca. 1.000 à 1.500 euro, afhankelijk van de categorie) vaak aangevuld met een publieke opdracht.

2.11.2.3 Provinciale afslanking en Bovenlokaal Cultuurdecreet

Ten derde biedt de provinciale transitie, en het bijhorende Bovenlokaal Cultuurdecreet van 15 juni 2018 een bijzonder positieve optie voor vormgevers. Het decreet zal voor het eerst in werking treden op 1 januari 2020. Niet alleen worden projecten beoogt die transversaal werken tussen verschillende cultuurdisciplines, ook worden samenwerkingen gestimuleerd die buiten de “schotten” van het culturele veld uitstijgen. De bedoeling van het decreet is bovendien cultuurparticipatie te bevorderen en te versterken. Door deze elementen zouden designers en **designprojecten in theorie geknipt** moeten zijn voor een subsidie binnen dit decreet. Projecten zoeken op zeer natuurlijke wijze vaak extra partners, een maatschappelijke inbedding buiten het culturele veld, en de participatie van deelnemers.

Het **kleine bedrag** dat echter maar voorzien is voor de projecten tijdens de eerste jaren (7,5 mio per jaar) voorspelt echter ook meteen een krap budget waarin het niet eenvoudig zal zijn een subsidie binnen te halen. De vrees die we hoorden vanuit het veld is ook wel dat dit instrument, net zoals bij het Kunstendecreet, misschien opnieuw snel zal worden begrepen als een subsidiestroom waarbij vormgeving als discipline niet noodzakelijk beoogd wordt, of zelfs **niet noodzakelijk welkom** is. Opnieuw duidt dit op de lacune binnen het Vlaamse ecosysteem van een steunpunt voor de designwereld dat een aanspreekpunt kan vormen en dergelijke opportuniteiten naar de sector kan duiden.

2.11.3 Belgisch niveau

Terwijl in Vlaanderen de aandacht voor designsector vanuit het beleid de laatste jaren is verminderd, zijn Brussel en Wallonië zeer actief geroeid op het vlak van design. Zeker in Brussel is er in vergelijking met vijf jaar geleden enorm veel gebeurd. Wallonië en Brussel beschikken over een aantal dynamische actoren die met een frisse blik naar vormgeving kijken, zoals Wallonie-Bruxelles Design Mode (WBDM), MAD - Brussels Fashion and Design Platform, Wallonie Design, BeCraft, Le Grand-Hornu, ADAM, en het al enkele keren aangehaalde Collectible.

Het moet gezegd dat er een wederzijds verlangen heerst naar meer samenwerking en uitwisseling vanuit alle gemeenschappen. “Belgium is Design”, het overkoepelende merk waarmee FlandersDC, WBDM en MAD naar internationale beurzen trekken, is momenteel de enige structurele manier waarop er samen naar buiten wordt gekomen. Vanuit de andere landsdelen wordt er vooral gezocht naar een **duidelijk aanspreekpunt**, of centrum om mee samen te werken.

Wat volgt is een overzicht van een bloeiend ecosysteem rondom vormgeving in de andere gemeenschappen. Hiermee kan worden aangetoond dat er in Vlaanderen werkelijk lacunes zijn op vele domeinen.



WBDM of Wallonie Bruxelles Design Mode werd opgericht in 2006 en is een openbare instelling die design- en modebedrijven en designers uit Wallonië en Brussel ondersteunt in hun internationale ontwikkeling. WBDM is actief in een zeer brede waaier aan disciplines zoals mode, productdesign, meubel- en textieldesign, design met betrekking tot het milieu, communicatiedesign, social design en fooddesign. Professionele ondersteuning wordt geboden op het gebied van export, netwerkuitbreiding, promotie, training en seminaries. WBDM wordt gesubsidieerd door verschillende instanties zoals de l'Agence wallonne à l'Exportation et aux Investissements étrangers (AWEX) en de Service Culture de Wallonie-Bruxelles International (WBI). Die laatste dienst is actief op het vlak van internationale promotie van culturele ondernemingen en kunstenaars uit de regio en, via de divisie van de Fédération Wallonie-Bruxelles, ook van de visuele kunsten. De werking van WBDM is vergelijkbaar met het luik aan internationale projecten van het vroegere Design Vlaanderen.

De activiteiten van **MAD Brussels** concentreren zich op het stimuleren van de creatieve energie aanwezig in de mode- en designsector met het oog op groei en werkgelegenheid in Brussel. De activiteiten van dit platform zijn de laatste jaren exponentieel gegroeid, en worden vanuit de Vlaamse designsector met bewondering gevolgd. MAD gelooft in design die het esthetische en het maatschappelijk relevante met elkaar combineert en is ervan overtuigd dat de creatieve sectoren een groeimotor vormen. Gefinancierd met overheidssteun voert MAD als een creatieve hub promotie voor de stad en werkt onder het label 'Created in Brussels'. MAD werkt met meer dan 20 mensen aan tentoonstellingen, advies en ondersteuning en beschikt over ateliers waar een aantal ontwerpers tot twee jaar lang kunnen werken met gebruik van de aanwezige infrastructuur. MAD voert voor de ontwerpers ook promotie terwijl ze een brug slaan tussen de bedrijfswereld en het creatieve talent.

Wallonie Design, is de link tussen de design- en de bedrijfswereld in Wallonië. Het is een agentschap van de Waalse Gemeenschap dat tot doel heeft het gebruik van design te faciliteren voor concrete innovaties en om te anticiperen op maatschappelijke veranderingen. Design wordt gepromoot als aandrijver van duurzame economische ontwikkeling. De werking komt overeen met het luik promotie dat Design Vlaanderen voerde rondom design als motor voor verandering in de maatschappij en bij bedrijven. De missie van Wallonie Design is promotieactiviteiten rond design in Wallonië te versterken, zowel als de relaties tussen designers, de industrie, publieke instellingen en het brede publiek. Om dit te doen hanteren ze de volgende doelstellingen: design promoten bij bedrijven als middel tot bedrijfsontwikkeling, een netwerk bouwen tussen Waalse designers en bedrijven, de integratie van design in bedrijven ondersteunen door advies en opvolging op maat, een grotere zichtbaarheid geven aan professionele ontwerpers via reportages over hun wereld, succesvolle partnerschappen tussen designers en bedrijven promoten, en het organiseren van workshops, conferenties en ontmoetingen.

BeCraft is een ledenorganisatie binnen de franstalige gemeenschap die ambachtelijk ontwerpers ondersteunt en promoot zowel in België als het buitenland. Ze informeert en sensibiliseert het publiek rondom de ontwikkelingen in het veld door middel van tentoonstellingen, conferenties, workshops en



rondleidingen. Daartoe hebben ze een eigen (niet commerciële) galerie die gelijkaardig werkt aan de galerie van Design Vlaanderen vroeger. Daar zijn ze ook ontvanger van verschillende prestigieuze tentoonstellingen en prijzen zoals de Europese Triënnale voor hedendaagse juwelen, de Europese Triënnale voor keramiek en glas, en de Europese prijs voor toegepaste kunst. Ze nemen samen met franstalige ambachtelijk ontwerpers deel aan internationale tentoonstellingen. BeCraft is de officiële vertegenwoordiger van de World Crafts Council voor de franstalige gemeenschap in ons land (de vroegere naam was ook **World Crafts Council - Belgique Francophone, WCC-BF**). Voor Vlaanderen nam Design Vlaanderen tot 2015 deze rol als WCC vertegenwoordiger op zich. Momenteel is er voor de ambachtensector geen Vlaams aanspreekpunt meer aanwezig.

De herbestemde historische mijnsite van **Le Grand-Hornu**, die sinds 2012 op de Unesco werelderfgoedlijst staat, huisvest twee belangrijke culturele instellingen: het Museum voor Hedendaagse Kunsten of MAC's en het **CID of Centrum voor Innovatie en Design**. In het kader van deze verkenning is vooral het CID van belang. Het CID heeft de ambitie om hedendaags design te promoten door middel van een programma van tentoonstellingen en mediërende activiteiten, die de innovatie, het experimenteel onderzoek, de opkomst van nieuwe thema's in de sectoren van design, architectuur en grafiek bevorderen. Rekening houdend met de diversiteit van deze creatieve domeinen wil het CID het publiek hier rond sensibiliseren. Ook innovatie is een centrale waarde voor het CID. Door het programmeren en produceren van drie tot vijf tentoonstellingen per jaar wil het CID de huidige samenleving weerspiegelen. Enerzijds door een klankbord te bieden aan de praktijk en individueel onderzoek dankzij monografische tentoonstellingen gewijd aan Belgische of internationale designers en anderzijds door het organiseren van thematische tentoonstellingen waarvan de narratieve opzet uitnodigt tot dromen over mogelijkheden en de toekomst.

ADAM - Brussels Design Museum, hoewel een erfgoedinstelling geopend in 2014, verdient tevens een korte vermelding. Het museum is gewijd aan het design van de 20^{ste} eeuw en van vandaag, en stamt uit het Plasticarium, een collectie van 2000 plastic designobjecten. Het museum beschikt over 5.000 m² in het gebouw van Trade Markt Brussel naast het Atomium, en host naast eigen tentoonstellingen ook geregeld ingekochte tentoonstellingen (bv. van Vitra Design Museum) en projecten van derden zoals "Design Generations" van WBDM.

2.11.4 Internationaal niveau

Vlaanderen is een kleine regio die niet alles zelf kan en hoeft te ontwikkelen, en daarom baat heeft bij **netwerking op internationaal niveau**. Zich openstellen naar de wereld is absoluut noodzakelijk. In het veld wordt uitwisseling, zichtbaarheid en profilering op internationaal niveau als erg belangrijk beschouwd, zowel voor instellingen als voor de designers. De vergelijking met Nederland wordt gemaakt: zo bestaat daar het Dutch Design label en de Dutch Design Week (eerste editie in 2002), waar enorme budgetten mee gepaard gaan. Van dat soort middelen kan men in Vlaanderen alleen maar dromen.



Vanuit deze overtuiging zet Designregio Kortrijk zich bijvoorbeeld in als lid van het Unesco Wereldnet, dat ze benutten voor **uitwisseling** en als een internationale voorbeeldplatform. Telkens vertrekken ze van de kenmerken van de eigen regio en gaan van daaruit op zoek naar gelijkenissen elders in de wereld. Designregio Kortrijk deelt via deze weg bijvoorbeeld de succesfactoren van de 5x5 projecten met andere partners wereldwijd. Andere manieren om internationale uitwisseling te bekomen is via het werken met **Europese projecten**. Los van de trajecten die organisaties als Designregio Kortrijk en Z33 lopen om een uitwisseling te creëren binnen hun Euregio blijft Vlaanderen momenteel wat achter op vlak van internationale samenwerkingen en middelen, daar waar we vroeger koploper waren. Momenteel zet Vlaio het Design4Innovation project verder, maar fungeert niet meer als aanspreekpunt voor de internationale designsector. Kunstenorganisaties kunnen nog steeds terecht bij het Creative Europe Programme van de Europese Commissie, dat transnationale projecten ondersteunt, onder meer rond design, met beurzen vanaf ca. 100.000 euro tot 2 miljoen euro. Z33 werkt via dit programma al jaren aan het oprichten van een Europees Design Parlement.

Op het niveau van internationale netwerking en uitwisseling zijn onder meer de volgende organisaties en initiatieven van belang voor de designsector.

BEDA, the Bureau of European Design Associations, is een organisatie die design in Europa promoot als een aandrijver van duurzame groei en welvaart. BEDA telt 50 leden uit 25 lidstaten. De leden zijn designcentra en openbare instellingen die design nationaal en internationaal promoten, en beroepsverenigingen rond design. In Vlaanderen heeft FlandersDC het lidmaatschap verdergezet. De inspanningen van BEDA leidden onder meer tot een aantal Europese Design Innovatie Initiatieven waaronder het 'Design for Europe' project. BEDA wil nu verzekeren dat design een erkende positie krijgt binnen het Europese Innovatie Systeem. Dit is een complexe campagne die gericht is zowel op sensibilisering over de waarde van design bij bedrijven en overheden als op het versterken van de designsector zelf.

Een wereldwijde organisatie voor de ambachten is de **World Crafts Council** (WCC), dat nu in Brussel gevestigd is. Het doel van de WCC is de gemeenschap te versterken, economische ontwikkeling te stimuleren via de verloning van ambachtswerk, het organiseren van uitwisselingsprogramma's, conferenties en tentoonstellingen, en algemeen steun en advies te verlenen. De organisatie is aangesloten bij de Unesco. Zoals in het vorige hoofdstuk reeds gemeld is BeCraft de Franstalige vertegenwoordiger van deze organisatie, maar mist Vlaanderen momenteel een steunpunt voor ambachters.



2.12 DESIGNBELEID: HUIDIG EN GEWENST

2.12.1 Huidig designbeleid

De designsector, met zijn enorme toepasbaarheid op alle domeinen van de maatschappij, lijkt een dankbaar thema om de aandacht van beleidsmakers te verkrijgen. Het sluit zeer nauw aan bij hedendaagse visies over duurzaamheid en actieve participatie, het opbouwen van een warme en inclusieve samenleving, en is essentieel in het creëren van culturele meerwaarde, welvaart en welzijn. Maar de aandacht voor vormgeving is momenteel klein en versnipperd, en vele beleidsdomeinen kijken hiervoor naar elkaar. Hoewel design een discipline lijkt die vele vakjes aanvinkt, lijkt het ontwikkelen van een geïntegreerd designbeleid momenteel onbestaande.

2.12.1.1 Design en beleid in Vlaanderen momenteel

Waar Vlaanderen een voorbeeld vormde voor de manier waarop men met designbeleid kan omgaan, komen we momenteel minder naar buiten en ondersteunen we minder designers dan voorheen. De aandacht voor design binnen het Vlaamse beleid is momenteel klein en **versnipperd**. Op niveau van de Vlaamse Overheid houden het departement Cultuur, Jeugd en Media, het Agentschap Binnenlands Bestuur, OVAM, Departement Werk en Sociale Economie, en Agentschap Innoveren en Ondernemen zich bezig met design. Elk wel in zijn eigen kleine niche. Er is geen afstemming, en zeker geen geïntegreerde visie op het doel van de ondersteuning voor de designwereld.

Qua **economisch beleid** is er afgelopen legislatuur geoordeeld dat alle creatieve industrieën teren op gelijkaardige processen en aanjagers, en aldus in één beweging en niet sectorspecifiek kunnen worden ondersteund. Huidige ondersteuningsmechanismen, zoals FlandersDC, focussen daarom bijvoorbeeld op de overeenkomsten tussen de verschillende creatieve sectoren zoals creatief ondernemerschap, of de groei en internationalisering van de individuele creatieveling, en in veel mindere mate op sectorspecifieke dynamieken en noden. Dit legt veel druk op de schouders van die creatieveling, omdat een sectorblind beleid het idee van een veld als ecosysteem met rollen en taken voor vele spelers links laat liggen. Er zijn voor een bloeiend designveld ook productiebedrijven, opdrachtgevers, curatoren, journalisten, scholen, beurzen, winkels, musea, studenten en consumenten nodig. Allen kunnen zij meehelpen om de designsector te doen groeien. Dit hoeft niet enkel van de individuele creatieveling te komen. Daarnaast wordt er ook middels het Design4Innovation project gefocust op hoe design bedrijven en de industrie innovatiever en competitiever kan maken. Het “Actieplan Design voor Innovatie” dat momenteel wordt opgesteld ziet Agentschap Innoveren en Ondernemen als een van de laatste stappen in het stimuleren van design voor economische ontwikkeling, alvorens andere beleidsprioriteiten te kiezen. Ze geven aan dit

topic te gaan verlaten. De inspanningen vanuit het economische beleid voor de design ecologie zijn dus eenzijdig en te specifiek om een hele sector mee te ontwikkelen.

De **kunstensector** kent wel eerder een sectorspecifieke benadering. Film en literatuur hebben met hun sectorfondsen een geheel eigen aanpak, en ook het architectuurbeleid wordt op een specifieke manier behandeld. Disciplines als muziek, podiumkunsten en beeldende kunst worden eerder generiek benadeeld binnen het Kunstendecreet. Zelfs onder de disciplines waarvoor Kunstenpunt de beleidsvoorbereiding doet (muziek, theater, beeldende kunst) worden er specifieke accenten gelegd. Vormgeving krijgt in dit geheel eigenlijk bijzonder weinig aandacht. Zoals hierboven toegelicht komen bepaalde vormen van design in aanmerking voor ondersteuning via het kunstendecreet, maar er is geen steunpunt dat een opdracht heeft voor deze sector of geen fonds die de volledige subsidiëring in de hand houdt. De overkoepelende visie op het gehele ecosysteem van een sector, het promoten van de inhoudelijke meerwaarde van processen, het tonen van goede voorbeelden, het fungeren als een aanspreekpunt, het beleidsvoorbereidend werk binnen dit topic of het samenbrengen van relevante actoren binnen een bepaald netwerk, zijn allen taken die momenteel voor vormgeving als sector niet of quasi niet worden opgenomen. Het afschaffen van sectorspecifieke Design Vlaanderen heeft dan ook op dit vlak voor een vershraling van het landschap gezorgd.

De focus op ecodesign vanuit de OVAM op duurzame materiaalstromen werd boven reeds aangehaald. Ecodesign gaat echter breder en verder dan het aspect afval en materialen alleen. Ook het Agentschap Overheidspersoneel zet in op design door middel van promoten van service design aan alle geledingen van de Vlaamse overheid. Service Design is daarnaast ook een verplichte methodiek binnen de ESF projecten die via Departement WSE kunnen worden aangevraagd bij Europa. Deze drie laatste instanties focussen niet op design as such, maar gebruiken het wel in de verwezenlijking van hun eigen doelstellingen. Voor een eventueel designbeleid zijn deze partners flankerend eerder dan trekkend.

2.12.1.2 Waarom is er momenteel geen duidelijk designbeleid?

Vlaanderen telt op dit moment geen designbeleid. Dat is te wijten aan verschillende zaken. Indien design al ter sprake komt binnen beleid wordt het momenteel puur bekeken vanuit één beleidsdomein. Dit doet een dergelijke transdisciplinaire methode als design, met een meerwaarde voor de gehele economie, cultuur en maatschappij geen goed. Redenen zijn de diverse en versnipperde waardeketens, de vereiste specialistische expertise om dergelijk breed veld te volgen en te kaderen, de tendens tot het onzichtbaar worden design en het frequente misbegrip van de artistieke bijdrage en economische zelfredzaamheid van de discipline.

Ten eerste valt de designwereld in Vlaanderen (en elders), net door zijn uitgestrektheid, uiteen in **verschillende specialistische sub-netwerken** en sub-circuits. Verschillende waardeketens staan hierdoor naast elkaar of zijn onvolledig, en designactoren opereren enkel in hun vertrouwde omgeving. De grafische designsector, de sector van de ambachtelijke keramisten, en de sector van de productontwikkelaars, zijn



in se gescheiden werelden. Dit, hoewel zij zich in se verbonden voelen onder de design discipline, en allen dezelfde *design thinking* methode toepassen in hun werk. Door die versnippering wordt de designsector als geheel minder gehoord in zijn eisen en behoeftes. Het is een huis met vele kamers, waardoor een volwaardige vertegenwoordiging van de sector op beleidsniveau ontbreekt. Het vergt een diepgaande graad van specialisme om als beleidsmaker te volgen wat er in deze wereld gebeurt, en hoe er vanuit het beleid correct kan op worden ingespeeld. Andere creatieve sectoren begeven zich in meer gesloten 'ecosystemen' en worden als dusdanig ook beter herkend en erkend door het beleid. Er is op dit moment bovendien, in vergelijking met andere kunstendisciplines, geen steunpunt die het beleid op vlak van vormgeving kan ondersteunen, aanmoedigen en sturen.

Ten tweede wordt vormgeving snel gezien als een *nice to have*, als iets dat een aangename of mooie laag legt op bepaalde objecten of processen, maar niet als een noodzakelijk onderdeel van het cultuurbeleid. Vormgeving loopt daardoor het risico als oppervlakkig begrepen te worden, en niet aanzien te worden als een discipline met een artistieke manier van werken, en een diepgaand inhoudelijke inslag. Dit ligt soms aan een **misgebrui**p van de potentie en ontwikkeling van de discipline. Vormgeving wordt soms te snel gezien als een economisch leefbare discipline die zonder de steun van overheidssubsidies kan voortbestaan, en wordt daardoor al snel foutievelijk geklasseerd als een zelf-regulerend domein dat geen verdere aandacht of beleid behoeft. Net als bij alle kunstendisciplines zijn er echter elementen van het creatieproces die aandacht van een culturele overheid behoeven, en het ecosysteem van de vormgeving kampt daarbij momenteel ook nog eens met onoverkomelijke hiaten die zijn ontwikkeling geen goed doen. Aandacht voor design zou de stimulans inhouden die de sector op dit moment nodig heeft.

Tenslotte zijn de resultaten en de meerwaarde van specifiek designprocessen en designprojecten minder bekend. Dit is eigen aan die toepassingen, aangezien goed design zo ontworpen is dat het niet meer te zien valt. Hierdoor staan we niet stil bij het ingenieuze ontwerp dat er vooraf gegaan is aan onze smartphone, aan de bankverrichtingen die we online doen, aan het artistieke onderzoek voorafgegaan aan een 3D geprint ontwerp, en aan de comfortabele vering van de bureaustoel waarop we zitten. Doordat design zichzelf soms **onzichtbaar** maakt, of enkel nog te zien is in de "oppervlakkige" vormgeving van een product of dienst, verwordt onze impressie ervan enkel tot datgene dat we zien. Het voorafgaande artistieke, oplossingsgerichte en klantgerichte proces verglijdt uit de aandacht, ten voordele van puur het vormelijke. Hierdoor verglijdt de discipline als vanzelf uit de aandacht van zowel beleidsmakers als het brede publiek. Het maakt zichzelf onzichtbaar. Dit maakt het, net als beeldende kunst, een sector die geregeld afhankelijk is van een dosis kadering en discours om de meerwaarde ervan te duiden en de resultaten ervan in de verf te zetten. Het vormen en uitdragen van dat discours is specialistenwerk.

2.12.2 Gewenst beleid

Designbeleid kan zowel een expliciete als impliciete vorm aannemen. In het eerste geval wordt design uitdrukkelijk vernoemd in het beleid rond innovatie, economie, creatieve industrie, cultuur, sociale zaken, etc. In het laatste geval bestaan er ondersteunende programma's, zonder dat design wordt genoemd als een prioriteit binnen het overheidsbeleid.

Doorheen heel Europa zien we momenteel een trend om designbeleid meer en meer te formaliseren. Zowel de Europese Commissie zelf, als landen zoals Denemarken, Estland, Finland, Frankrijk en Letland, als regio's binnen de UK, Polen en Griekenland hebben de laatste jaren een designbeleid uitgewerkt en aangenomen. Veel hiervan is het gevolg van de niet aflatende inspanningen van de Europese Commissie rond dit topic. Zij erkennen reeds sinds 2010 het belang van design in zowel de concurrentiekracht binnen Europa, het culturele veld als het stimuleren van innovatie doorheen diverse beleidsdomeinen. Een van de meest belangrijke documenten op dit vlak is het Europese Action Plan for Design-driven Innovation (2013) dat de inclusie van design in het innovatiebeleid op nationaal, regionaal en lokaal niveau aanmoedigt. In 2014 hadden 18 Europese landen een designcenter dat als steunpunt fungeerde voor het uitwerken en uitvoeren van een designbeleid.

Design, en een uitgewerkt en geïntegreerd designbeleid, is van fundamenteel belang in een 21ste-eeuwse economie en maatschappij. Het is aan het beleidsdomein Cultuur om zijn verantwoordelijkheid voor deze discipline op te nemen, nu de aandacht voor design bij het beleidsdomein Economie en Innovatie verslapt. Vormgeving wordt op zeer veel plekken in Europa als integraal deel van het cultuurbeleid aanzien, en geïntegreerd in de aanpak die er heerst voor andere creatieve industrieën. Good practices en expertise uit binnen- en buitenland kunnen ons gidsen bij het soort beleidsvoorbereiding, veldanalyse en ondersteuning die we wensen.

2.12.3 Hiaten in het ecosysteem

Aan het einde van deze oefening is het duidelijk dat er hiaten zitten in het ecosysteem van de vormgevingssector. Dit zorgt ervoor dat niet alle opportuniteiten tot ontwikkeling kunnen worden genomen, individuele designers weinig worden ondersteund en Vlaanderen meer en meer achterop loopt in Europa. We hebben in bovenstaande tekst uitgebreid aangegeven waar deze hiaten zich bevinden. Wanneer we ons beperken tot **vooreerst de meest prangende lacunes**, kunnen we stellen dat deze zich bevinden in de volgende 10 velden.

1 - Praktijkondersteuning	Opvolgen van sectorgebonden trends en innovaties Doorverwijzing naar relevante subsidiestromen en ondersteunen bij opstellen dossiers Feedback op positionering en ontwikkeling
---------------------------	---

2 - Praktijkontwikkeling	Permanente veldanalyse Beleidsadvies aan de overheid Ontwikkelen van kennis en discours over het veld
3 - Publiekswerking, beeldvorming en promotie	Sensibiliseren over eigenheden van design, gemengde loopbanen, schottenloos werken, opdrachtgeverschap en correcte consumptie Organisatie van congressen en pilootprojecten voor bepaalde subvelden en over bepaalde te stimuleren thema's
4 - Netwerking en platform	Netwerking tussen designers peer-to-peer Netwerking van designers en opdrachtgevers Actieve matchmaking Samenwerkingen stimuleren tussen relevante partners
5 - Aanspreekpunt	Regisseur voor de versnipperde regionale werking Regisseur voor transdisciplinair samenwerking over verschillende beleidsdomeinen heen Aanspreekpunt voor andere organisaties die middels vormgeving hun doelstellingen willen versterken: OVAM, ESF, lokale besturen, etc.
6 - Functie Ontwikkeling	Voorzien van residentieplekken en werkplaatsen voor vormgeving Doorgroeitrajecten voor doorstartende ontwerpers
7 - Functie Presentatie	Meer toonplekken voor design, zeker voor de immateriële, grafische en ruimtelijke disciplines Ondersteuning en stimulering van internationaal tentoonstellen
8 - Functie Reflectie	Ontwikkeling van een groep designcritici Faciliteren van een publicatieplaats voor designkritiek
9 - Financiële ondersteuning	Ontwikkelings- en experimenteertijd Mogelijkheden bieden tot levenslang leren Ondersteuning qua deelname beurzen Kleine toelagen voor promotie van designers Subsidiestromen en beoordelingsprocedures op maat van de designsector
10 - Archiefzorg	Bijhouden en documenteren ontwikkelingen sector Ontsluiting huidige collecties Dienstverlening aan designers die willen archiveren

////////////////////////////////////

De lacunes in de eerste vijf velden zouden eenvoudigweg kunnen worden opgelost door het oprichten van een steunpunt voor vormgeving.

Punten 6, 7 en 8 kunnen tijdelijk of gedeeltelijk ook als opdracht gegeven worden aan dergelijk steunpunt, maar zouden ook kunnen landen bij een bestaande of nieuwe speler in het veld.

Punt 9 kan enkel worden opgenomen door de subsidiërende overheid, dan wel door een organisatie in het veld die deze taak voor de overheid ter harte neemt, e.g. een fonds.

Punt 10 overlapt met de werkingen die momenteel worden ontplooid binnen het Erfgoeddecreet, en moet dus (eventueel vanuit de regie van een steunpunt, dan wel vanuit de overheid zelf) opgenomen worden over deze twee cultuurvelden heen.

We gaan hieronder verder in op deze verschillende delen van het ecosysteem.

2.12.4 Scenario's

Uit dit alles kunnen drie scenario's voorgesteld. Deze scenario's bestaan uit een pakket van te ondernemen acties en op te starten processen.

Het maximum scenario vormt een blauwdruk voor een vormgevingsbeleid, het geeft in een aantal krijtlijnen een suggestie van aanpak. Het voorgestelde maximum scenario kan evenwel niet onmiddellijk uitgevoerd worden. Het bevat nog een aantal momenteel nog niet haalbare acties, en is dus een groeiplan te begrijpen op langere termijn. Het maximum scenario komt echter wel tegemoet aan de meeste noden en hiaten momenteel gekend in het veld.

Het ontwikkelingsscenario neemt de plaats in van een volledige start van een designbeleid, waarbij er meteen een heel aantal acties en processen worden geïmplementeerd. Idealiter wordt er gestart met dit scenario. Bij uitrol de grootste hiaten in het veld ondervangen, en worden alle doelgroepen gedekt. Dit scenario bevat bovendien zowel output acties, als communicatie acties. Het gaat hierbij over zowel verbreden als verdiepen. Aan de uitrol van dit scenario dient er wel gewerkt te worden, best door een regisseur die bekend is met het veld.

De minimaal optie gaat uit van een minimale inspanning waarmee begonnen moet worden aan het implementeren van de nieuwe werking. Bij nog minder actie gaat de designsector er namelijk op achteruit. Bij dit scenario wordt er veel verwacht van zowel de overheid als spelers in het veld die een aantal taken extra krijgen toebedeeld. Dit scenario is ideaal wanneer de middelen en mogelijkheden binnen het cultuurbeleid (voorlopig) niet wijzigen of te beperkt zouden blijven om een volledige uitrol van het runner-up scenario mogelijk te maken. Het beleid dient zich er hierbij wel bewust van te zijn dat er in het minimale scenario nog steeds grote hiaten blijven in het ecosysteem van de designsector, en niet al de doelgroepen in een minimumscenario kunnen worden gedekt.



overheden (bv. Departement Economie, Wetenschap en Innovatie) toelaten ook monetair bij te dragen aan de stimulering van de vormgevingswereld.

De belangrijkste verantwoording voor het werken met een fonds komt voort de eigenheid dan design. Decretale schotten maken het immers moeilijk ondersteuning te vinden voor de gemengde, hybride praktijken die vaak voorkomen in het designlandschap, want vormgeving is bij uitstek toepasbaar op andere velden en zoekt ook spontaan de grenzen daarmee op, of het nu gaat om scenografie voor theater, boekvormgeving, illustraties voor een animatiefilm, critical design op het snijvlak met beeldende kunst, artwork voor een muziekgroep, enz.

Het verfondsen van de middelen voor design zou dus tegemoet komen aan het creëren van een meer flexibele subsidiestroom op maat van het veld:

- Disciplinair ongebonden (over schotten vormgeving, kunsten, cultuur, etc. heen)
- Samenwerkingen met privésector mogelijk
- Subsidies voor promotie mogelijk
- Steun bij het aanwezig zijn op beurzen of internationaal tentoonstellen
- Impulssubsidies voor extra ontwikkelingen van het veld

2.12.4.2 Minimum-scenario

Wanneer het praktisch of politiek onmogelijk blijkt een steunpunt op te richten voor vormgeving, lijkt het minimaal aangewezen om wel alsnog een aantal “steunpunt-functies” voor vormgeving toe te voegen aan het takenpakket van een speler in het veld. Dit kan een ander steunpunt zijn, ofwel een andere geschikt bevonden organisatie die momenteel actief is in de sector. Zo lang het kunstenbeleid vormgeving als discipline erkent als een onderdeel hiervan, is dergelijke landschapszorg een minimum om het veld beleidsmatig te monitoren en kunstenaars te informeren over subsidies.

Dergelijk scenario is echter niet volledig wenselijk aangezien de vormgevingsector, net zoals momenteel architectuur, film en literatuur, een aparte aanpak nodig heeft, wegens de zeer specifieke manieren van werken en uitgebouwde waardeketens.

Tenzij bijgevoegd bij het Vlaams Architectuur Instituut zullen activiteiten zoals een archiveringsfunctie en publiekswerking in dit scenario bovendien ook eerder op een laag pitje staan, of apart aan andere spelers moeten worden toegewezen. Daarnaast is de weg richting verfondsing niet haalbaar middels dit scenario, en zou er best een apart traject gestart worden over het aanpassen van de huidige subsidiestromen aan de praktijken van vormgevers.



2.12.4.3 Het maximaal scenario

In een maximaal scenario wordt tegemoet gekomen aan alle vereisten die het vormgevingsveld nodig heeft. Door zijn transdisciplinariteit, en toepasbaarheid op vele domeinen, zou het goed zijn moesten we in Vlaanderen op termijn werk kunnen maken van een interdepartementale opvolging en ondersteuning. In een ideale wereld is dit een organisatie die zich niet enkel binnen de schotten van het cultuurbeleid bevindt. Het meest geschikte sectorinstituut voor vormgeving is er een die aangestuurd wordt vanuit verschillende decretaire contexten en departementen zoals Economie, Wetenschap en Innovatie; Cultuur, Jeugd en Media; Kanselarij en Bestuur; Omgeving; Internationaal Vlaanderen; Werk en Sociale Economie; etc. Dergelijk steunpunt zou werk kunnen maken van het brede scala aan studie, promotie en inclusie van design in zoveel mogelijk innovatie, creatieve industrie en overheidsbeleid (of processen).

Binnen dergelijk instituut zou er ook plaats kunnen zijn voor een soort "Bouwmeester" voor vormgeving. Iemand die op vlak van sensibilisering, wedstrijden, correct opdrachtgeverschap en beleid een gezagsfunctie kan invullen, en als adviserende stem kan dienen voor iedereen die in aanraking komt met design.

2.12.5 Taken voor het veld

Binnen het cultuurbeleid is er nood aan een visietraject over het opvangen van enkele taken die momenteel niet (voldoende) opgevangen worden bij organisaties in het veld. Het betreft hier elementen uit de functies ontwikkeling, presentatie en reflectie. In het bovenvermelde minimumscenario zouden eventueel ook een aantal van deze lacunes kunnen worden toegewezen aan een steunpunt om hiervoor als aanjager te dienen. Toch lijkt het meer aangewezen na te denken hoe deze taken door "reguliere" kunstenerorganisaties kunnen worden opgenomen. Sommige taken kunnen eventueel landen in het huidige veld, voor andere taken is er misschien een uitbreiding van het structurele weefsel van de designsector nodig. Er is hiervoor een apart visietraject nodig dat aan de ene kant de huidige spelers in het veld met hun capaciteiten en aan de andere kant de mate van realistisch invoegen van onderstaande taken bij deze spelers mapt en matcht.

Het betreft hier het creëren van **residentieplekken** en werkplaatsen voor vormgeving en het zorgen voor **doorgroeijecten** voor beloftevolle ontwerpers. Deze taken komen best bij een reguliere speler in het veld terecht die ervaring heeft met ontwikkelingsprojecten van designers, zodat er een voldoende omkadering kan worden geboden aan talent.

Daarnaast zou er ook moeten worden gezorgd dat er meer **toonplekken** voor design zijn (zeker voor de immateriële, grafische en ruimtelijke disciplines). In het licht van het publiek sensibiliseren over design gaat het mogelijks zelfs over verschillende plekken, of regionale plekken waartussen tentoonstellingen kunnen rondreizen.

Tenslotte zou er in het veld plaats gemaakt moeten worden voor het begeleiden en eventueel opleiden van een eerste groep **designcritici** en het faciliteren of aanduiden van een **publicatieplaats** (online al dan niet offline) voor designkritiek en -reflectie. Dit kan ook best worden ingebed bij een organisatie die momenteel al bezig is met discoursvorming en onderzoek naar het veld.

2.13 BRONNEN

[1] Cleeren, Steven, Inge Vranken en Annelies Thoelen (2015), "Design Vlaanderen: Strategie 2020", ongepubliceerd document; Thoelen, Annelies (2018), "De plaats van de designsector binnen Vlaanderen. Hoog tijd voor een volwaardig en geïntegreerd designbeleid", *CDR*, vol. 6, nr 1.

