



Universiteit Antwerpen

Academiejaar 2020-2021

Faculteit Bedrijfswetenschappen en Economie

ROLLEN VOOR EEN EXPERTISECENTRUM DESIGN

Een onderzoek naar de noden en verwachtingen bij de significant others in de Vlaamse designsector ten aanzien van een Vlaams Expertisecentrum Design.

Masterproef voorgedragen door Myrthe Pieniakowski

tot het bekomen van de graad van:

Master in het cultuurmanagement

Promotor: Prof. Dr. Annick Schramme (UA)

Praktijkbegeleiders: Annelies Thoelen en Heleen van Loon (Z33)

In opdracht van het Departement Cultuur, Jeugd en Media

Voorwoord

Deze masterproef is het resultaat van het afsluiten van de masteropleiding Cultuurmanagement aan de Universiteit Antwerpen en mijn stage bij Z33 — Huis voor actuele kunst, design & architectuur. Het schrijven van deze scriptie was een intens proces in een uitdagende periode waarin ik veel geleerd heb. Daarom wil ik graag meerdere personen bedanken die hebben bijgedragen tot het eindresultaat.

In het bijzonder zou ik graag mijn praktijkbegeleider Annelies Thoelen willen bedanken voor de leerzame opportuniteit en voor het vertrouwen. Haar expertise en opbouwende kritiek waren bijzonder waardevol doorheen het proces. Daarnaast wil ik ook graag Heleen Van Loon bedanken bij wie ik altijd terecht kon bij vragen en voor constructieve feedback. Verder wil graag een woord van dank richten naar mijn promotor, prof. Annick Schramme voor de waardevolle feedback. Dankzij hen heb ik met veel enthousiasme mijn thesis kunnen voltooien.

De periode waarin deze thesis geschreven is viel samen met een wereldwijde gezondheidscrisis, die nog steeds zijn effect doet voelen. Door de maatregelen was het daarom niet mogelijk om veelvuldig aanwezig te zijn bij Z33. Desondanks kreeg ik de kans om deel te nemen aan de online weekvergaderingen, en wanneer de maatregelen het toelieten, aan openingen van tentoonstellingen, een schrijfdag enzovoort. Graag wil ik daarom het hele team van Z33 bedanken om ondanks de huidige omstandigheden te zorgen voor een warme ontvangst.

De bevraging en zoektocht naar noden van de significant others gaf me de kans om een groot aantal experts binnen het Vlaamse designveld te spreken. Alle respondenten toonden een grote bereidheid om hierover in gesprek te gaan en ik waardeer erg de openhartigheid waarmee ze hun noden en verwachtingen met me hebben gedeeld. Ik wil alle respondenten bedanken om, ondanks drukke agenda's, tijd vrij te maken voor dit onderzoek: Heleen Van Loon (Z33), Wim Buts (LUCA School of Arts), Dieter Van Den Storm, Liv Vaisberg (Collectible), Christian Oosterlinck (Flanders DC), Elien Haentjens, Lise Van Tendeloo (Designregio Kortrijk), Tom Devoldere (De Beste Kamer), Hugo Puttaert, Siegrid Demyttenaere (DAMN magazine), Ilse Dedeken (Verilin), Amaryllis Jacobs (Maniera), Liesbeth Huybrechts (UHasselt), Stijn Maes (Frans Masereel Centrum), Nina Serulus (VAi).

Ook wil ik graag mijn vrienden en familie bedanken, in het bijzonder Anna en Sofie voor de wijze raad en morele steun, en mijn zus Elizabeth, mijn rots in de branding en favoriete studiemaatje.

Ik wens u veel leesplezier toe!

Myrthe Pieniakowski

23/08/2021

Abstract

Het onderzoek binnen deze thesis gaat na wat de noden en verwachtingen zijn van de significant others ten aanzien van een Vlaams Expertisecentrum Design en op welke manier het beleid hierin tegemoet kan komen. Dit onderzoek wordt gevoerd naar aanleiding van het ontbreken van een steunpunt of expertisecentrum dat zich wijdt aan kennisopbouw en praktijkontwikkeling van de artistieke designsector in Vlaanderen. Het vertrekpunt van het theoretische luik is een korte schets van de opdrachtgever Z33 — Huis voor Actuele Kunst, Design & Architectuur en een overzicht van het huidige Vlaamse designveld en de vastgestelde tekorten uit voorgaande onderzoeken. Later wordt de sleutelrol van de significant others in het Vlaamse designveld geduid aan de hand van economisch en sociologisch gerelateerde literatuur. Centraal staan elementen als professionele netwerken (De Heusch et al., 2011) en de ecologie van het designveld (Holden, 2015). Het theoretische luik wordt besloten met een overzicht van de rollen van het cultuurbeleid van de Vlaamse Overheid. Door kwalitatief onderzoek en via semigestructureerde interviews werden de noden van personen uit de volgende selectie significant others bevraagd: galleries, musea, design labels, tijdschriften, designwinkels, residenties, beurzen, promotionele organisaties, conferenties, regionale spelers, awards, opleidingshoofden, freelance journalisten, curatoren, designspecialisten en academici en design onderzoekers. Het voornaamste resultaat is dat de significant others nood hebben aan verbinding in een zeer versnipperd Vlaams designveld. Het onderzoek legt fragiele structuren bloot waarbij op dit moment naast elkaar gewerkt wordt en er voornamelijk samenwerkingen ontstaan vanuit persoonlijke netwerken. In de samenwerking met ontwerpers hebben de respondenten nood aan een verbindende actor die initiatieven opzet voor ontmoeting en samenwerking. De respondenten vragen naar een actor die de belangen van het hele Vlaamse designveld vertegenwoordigt en communiceert naar binnen- en buitenland en die helpt bij het ontwikkelen, verbinden en delen van kennis, informatie, trends en ontwikkelingen uit het Vlaamse Designveld. Na de analyse worden op basis van de onderzoeksresultaten aanbevelingen geformuleerd voor de Vlaamse Overheid op het gebied van de noden van de significant others. Literatuur en kwalitatief onderzoek strekken tot de aanbeveling dat een expertisecentrum de besproken tekorten zou kunnen oplossen in samenwerking met het hele designveld en zijn significant others.

Executive summary

Every five years Kunstenpunt (the Flemish support center for visual arts, performing arts and classical music) makes a state of affairs and an evaluation of recent trends and developments in the Flemish art field. This document is called ‘Landscape Sketch of the Arts’ and helps to lay the building blocks for a strategic exercise, as an inspiration for the Strategic Vision Statement of the Flemish Minister for Culture. In the chapter on design in the ‘Landscape Sketch of the Arts’ in 2019, some shortcomings in the Flemish design field were described on the basis of previous studies. The Flemish Government commissioned Z33 — House for Contemporary Art, Design and Architecture to investigate the needs of the Flemish design field. This includes an investigation into the needs of individual designers and an international benchmark. These studies were commissioned because of the shortcomings in the chapter on design which states the lack of a support center that is focused on knowledge building and the practical development of the design field in Flanders.

The research within this thesis aims at determining the expectations and felt requirements of the significant others in the Flemish design field. The main research question we seek to address is: What are the needs of the significant others in the Flemish design sector with regard to a Flemish design expertise center? The significant others are “a group of actors that are involved in the activities in the creative sector, contribute directly or indirectly, play a large or small role in, or exert an influence on the value creation process of creative products (Thoelen, 2020). This group of significant others play an important role in the Flemish design ecosystem and consist of gatekeepers and stakeholders. Through qualitative research and in-depth interviews, the needs of the following selection of significant others were questioned: galleries, museums, design labels, magazines, design shops, residencies, fairs, promotional organizations, conferences, regional players, awards, heads of education, freelance journalists, curators, design specialists and academics and design researchers.

This research starts with a theoretical part in which a brief sketch of the client Z33 — House for Contemporary Art, Design & Architecture and an overview of the current Flemish design field and the deficiencies identified from previous studies is discussed. Later, the key role of the significant others in the Flemish design field is explained on the basis of economically and socio-logically related literature. Central are elements such as professional networks (De Heusch et al., 2011) and the ecology of the design field (Holden, 2015). The theoretical part is concluded with

an overview of the roles of the cultural policy of the Flemish Government. This information forms the starting point for this research.

The results show that the significant others need connection in a very fragmented Flemish design field. In acquiring artistic and substantive knowledge the significant others speak of an 'overload' of information that is very scattered. In terms of content, the respondents are most interested in an overview of contemporary Flemish designers and what they are currently working on, and in new trends and developments in the design field. In addition, the respondents speak of restoring the balance between the economic business side and the substantive artistic side. Today, communication about the design field in Flanders mainly takes place through traditional media in which lifestyle is mainly discussed. According to the respondents, there is currently a shortage of media in which more substantive choices are made and an absence of critical design press. Reflection is regarded by the respondents as very valuable and as a necessity. However, this is not being used today. Moreover, documenting and archiving the contemporary design field appears to be a necessity. Because design is insufficiently documented, this creates gaps in Flemish design history. This has a direct influence on the material that researchers can work with and on the material that can be taught in Flemish design courses.

The research exposes fragile structures in which people currently work side by side and where collaborations mainly arise from personal networks. There are few structural meeting places or cross-sector network events where significant others and designers can enter into dialogue. Meetings and collaborations between significant others and designers are of great importance in order to accommodate the project-based functioning of designers, although this is currently not structurally provided for. Between the significant others and other actors (not designers) cooperation is scarce and it remains within the context of the existing, personal networks. Currently, no one in the field is taking on a networking role that could establish structures that bring together significant others, institutions, schools, conferences, businesses, and other partners. According to the respondents, many more links could be made here between research institutions, schools, companies, designers and so on.

Perhaps the most important finding from the survey is the demand for an actor or director who represents the Flemish design field. Someone who can communicate to companies, governments and the general public what design exactly is and what it can mean for society. The respondents ask for an actor who represents and communicates the interests of the entire Flemish design field

and who helps to develop, connect and share knowledge, information, trends and developments from the Flemish Design field.

In order to answer the research question and based on the research results, recommendations are formulated for the Flemish Government with regard to the needs of the significant others. Literature and qualitative research suggest that an expertise center design could partially solve the discussed shortcomings in collaboration with the entire design field and its significant others. The main needs are noted within networks, information provision and knowledge sharing (including research and critical reflection), advocacy, internationalization and resources. These needs are translated into a few roles that are recommended to be taken up by an expertise center design.

An expertise center is advised to take on a communication and promotion role, to communicate about design and to make the design sector visible. An expertise center can share information about the economic, social and artistic added value of design to governments, companies, the cultural sector, the general public and so on. It is recommended to provide a platform on which an overview can be found of contemporary designers throughout Flanders so that significant others, but also clients and other stakeholders, can consult this. It is also recommended to take on a knowledge sharing and development role. An expertise center can monitor the field by conducting or stimulating research on current themes. Another need within knowledge and expertise development is reflection and criticism in the Flemish design field. For design criticism, it is proposed to set up research groups to pool the knowledge that is present, and to develop the knowledge that is missing.

At the moment there are few sector-spanning networking events that provide encounters between significant others, designers and clients. In a fragmented landscape, many opportunities are lost if people work side by side. It is therefore recommended to take on a networking role by facilitating meeting, exchange, dialogue and collaboration within the design sector and between communities of practice, sectors, policy domains and the general public. In order to improve the functioning of the significant others, the mutual relationships between the significant others and the relationships between the significant others and designers, it is desirable to have a design expertise center take on the previous roles in order to resolve the gaps in the field.

Inhoudsopgave

1	INLEIDING	11
2	ONDERZOEKSOPZET	13
	2.1 Probleemstelling	13
	2.2 Relevantie van het onderzoek	14
3	LITERATUURSTUDIE	15
	3.1 Z33	15
	3.1.1 Historiek en profiel.....	15
	3.1.2 Activiteiten Z33.....	16
	3.1.3 Opdracht	16
	3.2 Design in Vlaanderen	18
	3.2.1 Wat is design?.....	18
	3.2.2 Tekorten in het Vlaamse designveld	20
	3.3 Economische lineaire benadering	22
	3.3.1 Distributieketen	22
	3.3.2 Significant others.....	23
	3.3.3 Duurzame netwerken (sociologische en economische benadering)	25
	3.4 Ecosysteem benadering designveld	28
	3.5 Rollen van cultuurbeleid van de Vlaamse overheid	29
4	EMPIRISCH LUIK	33
	4.1 Methodologie	33
	4.2 Opzet kwalitatief onderzoek	33
	4.2.1 Kwalitatieve vragenlijst.....	33
	4.2.2 Het vragenprotocol	34
	4.2.3 Respondenten	35
	4.2.4 Online interviewen	38
	4.2.5 Resultaten Nvivo	38
	4.2.6 Benadering kwalitatieve analyse	39
	4.2.7 Proces van kwalitatieve analyse	39
5	RESULTATEN	40
	5.1 Deelvraag 1	40
	5.1.1 Noden kennis en expertise.....	40
	5.1.2 Noden onderzoek.....	50
	5.2 Deelvraag 2	58
	5.2.1 Noden netwerking	59
	5.3 Deelvraag 3	70
	5.3.1 Netwerkmomenten voor significant others onderling	70
	5.3.2 Noden internationaal	76

5.4 Deelvraag 4	77
5.4.1 Noden promotie	77
5.4.2 Noden regisseur	80
5.4.3 Noden middelen.....	83
6 CONCLUSIE	86
7 AANBEVELINGEN	90
8 TEKORTKOMINGEN UIT HET ONDERZOEK	96
9 BIBLIOGRAFIE	98
10 BIJLAGEN	101
10.1 Bijlage 1: E-mail aan de respondenten	101
10.2 Bijlage 2: Overzicht respondenten	102
10.3 Bijlage 3: Topiclijst diepte-interviews	104
10.4 Bijlage 4: Voorbeeld codering NVivo	108
10.5 Bijlage 5: Codeboek Nvivo	116

1 INLEIDING

De aanleiding van deze thesis is het ontbreken van een steunpunt of expertisecentrum dat zich wijdt aan kennisopbouw en praktijkontwikkeling van de designsector in Vlaanderen. De designsector is een van de grootste culturele sectoren in Vlaanderen. Ondanks de grote economische en maatschappelijke meerwaarde van design wordt deze sector ondervertegenwoordigd in het beleid. Wanneer we over het designveld spreken dan hebben we het over de creatieve sectoren. De economische impact van de creatieve sector (het aantal betrokkenen, de omzet en toegevoegde waarde) is volgens het onderzoeksrapport van Flanders DC uit 2013 groter dan de automobielsector, de landbouw of de visserij (Flanders DC, 2013). De beleidsmatige interesse in de creatieve industrie is er gekomen door de impact van de sector op de waarden, het gedrag en de levensstijl van de samenleving (Böröcz & Thoelen, 2019). Naast de economische en symbolische waarde van design, is design toepasbaar in veel domeinen van de maatschappij en heeft het een positieve invloed op onze levenskwaliteit.

Ondanks de vele voordelen van design is sinds het oplossen van Design Vlaanderen in kenniscentrum Flanders DC in 2016 er geen steunpunt of belangenbehartiger die de artistieke sector opvolgt, of voorziet in een beleid. “Dit betekent dat de overheid subsidies verstrekt aan een veld waarvan noch zij zelf, noch iemand anders, de vinger aan de pols houdt. De aandacht van het beleid 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.” (Böröcz & Thoelen, 2019). De laatste omgevingsanalyse van het designecosysteem in Vlaanderen dateert van 2015 en het jaar ervoor werd design eveneens niet opgenomen in de landschapstekening. Enkele jaren later in 2018 werd er onderzoek gedaan naar de sociaaleconomische positie van de designer en daaropvolgend in 2019 werd er een overzicht gegeven van de actoren en lacunes in het Vlaamse designlandschap in de Veldverkenning Vormgeving (Böröcz & Thoelen, 2019). Deze studies vormden de basis voor het hoofdstuk design in de Landschapstekening Kunsten in 2019. De uitdagingen uit de Landschapstekening Kunsten 2019 zorgde voor aandacht voor design in de recente visienota van minister van Cultuur Jan Jambon (2020).

Na het blootleggen van de hiaten in 2018 en 2019 werd in 2020 een samenwerkingsovereenkomst ondertekend tussen de Vlaamse Overheid en Z33 — Huis voor Actuele kunst, Design en Architectuur waarin het huis het onderzoek over een potentieel expertisecentrum design op zich neemt. Z33 zal in het najaar van 2022 een rapport opleveren met een visie voor de rol en de taken van een Expertisecentrum Design. De rollen die onderzocht zullen worden zijn de studierol,

communicatierol, netwerkrol en aanjaagrol (Samenwerkingsovereenkomst, 2020-2022). Om de visie te kunnen ontwikkelen wordt het materiaal van voorgaande studies onder de loep genomen, en start het kunstenhuis nieuwe studies op die de noden van de designsector in Vlaanderen zullen proberen vastleggen. Dit onderzoek is aangevat om de noden van de significant others in het Vlaamse Designveld te capteren. De significant others zijn ‘een groep actoren die betrokken zijn bij de activiteiten in de creatieve sector, rechtstreeks of onrechtstreeks daarin bijdragen, een grote of kleine rol in spelen, of een invloed uitoefenen op het waardecreatieproces van creatieve producten.’ (Thoelen, 2020). Er werd een selectie gemaakt van de tussenpersonen die een omkadering en gatekeeping functie hebben binnen de designsector en de designers en het hele designveld ondersteunen: galleries, musea, design labels, tijdschriften, designwinkels, residenties, beurzen, promotionele organisaties, conferenties, regionale spelers, awards, opleidingshoofden, freelance journalisten, curatoren, designspecialisten en academici en design onderzoekers. Aan de hand van kwalitatief onderzoek werd een reeks diepte-interviews afgenomen van experten uit de voorgaande categorieën om hun noden voor een potentieel expertisecentrum Design te capteren. Uit de resultaten werden suggesties en aanbevelingen geformuleerd voor een potentieel Expertisecentrum Design in Vlaanderen.

2 ONDERZOEKSOPZET

2.1 Probleemstelling

De aanleiding van deze thesis is het ontbreken van een steunpunt of expertisecentrum dat zich wijdt aan kennisopbouw en praktijkontwikkeling van de artistieke designsector in Vlaanderen. De centrale onderzoeksvraag richt zich op de potentiële rollen die een Expertisecentrum Design zou kunnen opnemen voor het verbeteren van de werking van de significant others in het Vlaamse designveld. Daarom focust dit onderzoek op het verzamelen van inzichten van de noden en verwachtingen van significant others in de Vlaamse designsector, om zo suggesties te formuleren voor een potentieel Expertisecentrum Design. De onderzoeksvraag luidt als volgt: **Wat zijn de noden van de significant others in de Vlaamse designsector ten aanzien van een Vlaams expertisecentrum design?** Deze groep bestaat uit de gatekeepers en stakeholders die samen een invloed hebben en de context creëren waarin een ontwerper werkt. De volgende significant others worden opgenomen in het onderzoek: galleries, musea, designlabels, tijdschriften, designwinkels, residenties, beurzen, promotionele organisaties, conferenties, regionale spelers, prijzen, opleidingshoofden, freelance journalisten, curatoren, designspecialisten en academici en design onderzoekers.

In deze vraagstelling komen verschillende elementen aan bod. In de eerste plaats het in kaart brengen van noodzakelijke inhoudelijke kennis voor de huidige werking van de significant others. Daarnaast wordt bepaald welke belangrijke elementen zijn voor de samenwerking tussen significant others en ontwerpers, en tussen significant others onderling. Het onderzoek heeft zodoende tot doel inzicht te bieden in welke rollen een Expertisecentrum Design zou kunnen opnemen voor de verbetering en versterking van de werking van de significant others.

Deelvragen van dit onderzoek zijn de volgende:

- Welke inhoudelijke/artistieke kennis hebben de significant others nodig tijdens hun werkzaamheden, en hoe verkrijgen zij deze nu?
- Wat zijn belangrijke elementen om een duurzame relatie tussen significant others en ontwerpers te kunnen ontwikkelen en voort te zetten?
- Hoe kan een expertisecentrum inspelen op de versterking van het netwerk tussen de significant others onderling?
- Welke rollen zou een Expertisecentrum Design kunnen opnemen voor de verbetering van de werking van de significant others?

2.2 Relevantie van het onderzoek

De aanleiding van dit onderzoek zijn de voorgaande onderzoeken die duiden op hiaten in de Vlaamse designsector. Voorafgaand werden in opdracht van het Departement Cultuur, Jeugd en Media van de Vlaamse overheid twee onderzoeken uitgevoerd. Enerzijds een onderzoek naar de sociaaleconomische positie van designers uitgevoerd door Siongers, Willekens e.a. (2018), anderzijds het onderzoek “Veldverkenning Vormgeving 2019” door Böröcz & Thoelen (2019). Deze onderzoeken, en andere literatuur over het veld, vormen de basis voor het identificeren van de noden uit het designveld. De uitdagingen uit het artistieke ecosysteem van design werden samengevat in de Landschapstekening Kunsten 2019 en werden bevestigd in de recente visienota van minister van cultuur Jan Jambon (2020). Dit onderzoek gebeurt naar aanleiding van de samenwerkingsovereenkomst voor de periode 2020-2022 tussen de Vlaamse Gemeenschap en Z33 — Huis voor Actuele Kunst, Design & Architectuur. Z33 onderzoekt hierbij wat de noden zijn van de designsector op basis van huidige en gedane studies. Het onderzoek binnen deze thesis loopt naast een onderzoek naar buitenlandse designcentra en -steunpunten door onderzoekster Zsuzsanna Böröcz en een onderzoek naar de noden van de designers zelf door onderzoeksinstituting IDEA consult.

Het designveld is een van de grootste culturele velden van Vlaanderen. Ondanks de grote economische, artistieke en maatschappelijke waarde van design is er op dit moment geen belangenbehartiger, geen sectorinstituut of geen beleid dat de sector vertegenwoordigt. Omdat het designveld zeer breed is, is het nuttig niet alleen de noden van de designers te bevragen, maar ook die van de significant others. Een grotere kennis van de noden van de significant others in het designveld kan het beleid helpen de juiste ondersteuning te bieden voor het bredere design ecosysteem. Voorgaande onderzoeken hebben al heel wat hiaten kunnen registreren die het belang van dit onderzoek onderstrepen. De betrokken partijen bij dit onderzoek zijn opdrachtgever Z33 (met op zijn beurt opdrachtgever de Vlaamse Overheid) en de respondenten met name de significant others. Met de visie op het gehele ecosysteem is daarbij het hele designveld betrokken.

3 LITERATUURSTUDIE

Bestaande informatie over een Expertisecentrum Design is moeilijk te vinden op plekken zoals encyclopedische websites, in proefschriften of vaktijdschriften omdat het een nieuw gegeven is. Daarom worden de theorieën en concepten die al ontwikkeld zijn op dit onderzoeksterrein besproken. In het literatuuronderzoek wordt eerst de rol van de opdrachtgever en relevante resultaten uit voorgaande onderzoeken besproken. Hierna worden relevante termen gekaderd zoals ‘design’ en ‘significant others’. Hierin wordt het belang van de significant others voor het designveld en voor de individuele ontwerper door middel van sociologische en management gerelateerde literatuur gespecificeerd. In de creatieve sector hebben de significant others een ondersteunende en faciliterende rol die verder wordt getheoretiseerd. Het theoretische gedeelte wordt besloten met een overzicht van de potentiële rollen van een expertisecentrum en het huidige kunstenbeleid.

3.1 Z33

Z33 is een kunstencentrum in Hasselt waar naast architectuur en hedendaagse kunst ook design vertegenwoordigd wordt. Z33 stimuleert nieuwe verbindingen met andere beleidsdomeinen zoals onderwijs, wetenschap, economie, et cetera. Hierbij wordt er samengewerkt met universiteiten, onderzoeksinstituten en specialisten uit andere sectoren. Artistiek onderzoek rond maatschappelijke thema's is vaak de katalysator van de projecten die de programmatie en artistieke activiteiten voedt. Deze onderzoekende houding van Z33 zorgt voor een kritische blik en een openheid voor andere standpunten.

3.1.1 Historiek en profiel

De naam Z33 is een afkorting van het adres Zuivelstraat 33, gelegen op de voormalige begijnhofsite in Hasselt. Deze site vervult al sinds 1938 een culturele functie. In 2002 ontstond Z33 Huis voor Actuele Kunst uit het Provinciaal Centrum voor Beeldende Kunsten (PCBK). Het kunstencentrum focuste destijds op ontwerp en beeldende kunsten door in te zetten op multidisciplinaire projecten (tentoonstellingen, media, film, dans theater, muziek,...). Sinds 2006 wordt de werking van Z33 naast de bestaande provinciale subsidiëring ondersteund door de Vlaamse Overheid via het kunstendecreet. In 2016 startte de werken van een nieuwe vleugel van het kunstencentrum naar een ontwerp van de Italiaanse architecte Francesca Torzo (Z33, 2016). Na de komst van de nieuwe vleugel werden er heel wat veranderingen doorgevoerd. Begin 2020 werd Adinda Van Geystelen aangesteld als nieuw artistiek directeur.

Ook kreeg het kunstencentrum op 14 maart 2020 een naamsverandering en werd het kunstencentrum hernoemd naar Z33—Huis voor Actuele kunst, Design & Architectuur. In ditzelfde jaar werden veranderingen doorgevoerd in het beleid en ging het huis zich op een andere manier positioneren. Het moment dat Z33 verhuisde naar Bonnefantenstraat 1 en zijn intrek nam in de nieuwe vleugel kan gezien worden als een scharniermoment. Z33 werkt vandaag aan het ontwikkelen van een nieuwe missie en visie. De huidige missie luidt als volgt: ‘Z33 wil meer mensen prikkelen met kunst, en het belang tonen van verbeelding en creativiteit vandaag voor de samenleving van morgen.’ (Van Geystelen, 2020) Het gezamenlijk gedragen beeld van de ambities voor de toekomst van het huis zijn nog in ontwikkeling en zullen in de komende maanden vorm krijgen. Het huis is de enige kunstinstelling in Vlaanderen die actuele kunst, design en architectuur samenbrengt en bevindt zich daarom in een unieke positie in het Vlaamse kunstenveld. Vandaag bestaan de kernactiviteiten uit het organiseren van thematische tentoonstellingen, solopresentaties, talentontwikkeling en ruimtelijke installatie waarin openheid, dialoog en experiment voorop staan.

3.1.2 Activiteiten Z33

Z33 heeft geen permanente collectie maar organiseert elk seizoen twee thematische tentoonstellingen waar de focus ligt op actuele kunst. Gelijkijdig lopen er kleinere expo's van ontwerpers of architecten. Hierin wordt er gezocht naar antwoorden op maatschappelijk relevante vragen. De onderwerpen van de kleinere expo's sluiten aan bij die van de hoofdtentoonstelling maar worden wel door andere curatoren samengesteld. Die combinatie van actuele kunst, design en architectuur is uniek in Vlaanderen. Ook het samengaan van een conceptuele, thematische hoofdtentoonstelling bij een kleinere tentoonstelling met een maatschappelijk geëngageerde insteek is een unieke benadering. Deze formule plaatst het huis bovendien ook in een sterke internationale positie. Zoals eerder vermeld vinden er naast de hoofdtentoonstellingen ook kleinere presentaties, solo- of groepstentoonstellingen plaats. Deze tentoonstellingen hebben een ander ritme dan de hoofdtentoonstellingen en zijn meestal van kortere duur. Hierbij zijn er projecten waar talentontwikkeling voorop staat. Een nieuwe lichting hedendaagse kunstenaars, designers of architecten krijgen er een plaats naast de gevestigde waarden.

3.1.3 Opdracht

In 2020 besloot de Vlaamse gemeenschap een opdracht te geven aan Z33—Huis voor Actuele Kunst, Design & Architectuur. Dit gebeurde naar aanleiding van de strategische visienota van

Vlaams Minister van Cultuur Jan Jambon waarin hij erkent dat design een precare positie heeft in het Kunstendecreet. Deze strategische visienota is de uitwerking van zijn beleidsnota Cultuur waarin de minister zijn visie voor het beleidskader voor de Kunsten vastlegt. Dit document wordt opgemaakt in opdracht van de Vlaamse Regering en houdt rekening met de beleidlijnen van het Vlaams Regeerakkoord. In de Strategische Visienota Kunsten 2020 drukt Jan Jambon zijn bezorgdheden uit als volgt:

“Heel wat waardevolle artistieke disciplines zijn op dit moment nog ondergesneeuwd binnen het Kunstendecreet. Vormgeving, fotografie, architectuur en beeldende kunsten zijn hier enkele van. Vormgeving in haar overkoepelende betekenis is een breed toepasbare discipline die een groot potentieel heeft op verschillende maatschappelijke thematieken, zoals duurzaamheid, economie of innovatie. Ik bekijk eveneens welke instantie of organisatie de ontwikkeling van deze discipline verder kan opvolgen en ondersteunen. Ook architectuur als artistieke discipline kan een belangrijke bijdrage leveren aan ruimtelijke en maatschappelijke vraagstukken.” Jan Jambon (2020)

In 2020 besloot de Vlaamse Gemeenschap daarom een opdracht te geven aan Z33—Huis voor Actuele kunst, Design & Architectuur. Vanaf 2022 wilt Z33 namelijk een ‘tienjarige’ instelling worden van de Vlaamse Gemeenschap. Om een beheersovereenkomst af te sluiten voor 10 jaar zal Z33 meer verantwoordelijkheden opnemen in het brede Vlaamse subsidieveld. De aanzet tot de benoeming van kerninstelling werd ingezet door een aantal extra opdrachten voor Z33. Een van deze opdrachten is het onderzoeken van de noden voor en het oprichten van een expertisecentrum voor Vlaanderen. Deze opdracht werd vastgelegd in een Samenwerkingsovereenkomst 2020-2022 tussen de Vlaamse Overheid en Z33—Huis voor Actuele kunst, Design & Architectuur. In artikel 7 van de Samenwerkingsovereenkomst 2020-2022 tussen de Vlaamse Overheid en Z33 wordt deze laatste opdracht specifiek omschreven. Er wordt gevraagd aan Z33 om te onderzoeken hoe een Expertisecentrum Design in Vlaanderen kan worden vormgegeven. Het doel van dit Expertisecentrum Design zou zijn om de culturele en maatschappelijke waarde van design, en zijn vele toepassingen en methodieken, onder de aandacht te brengen in Vlaanderen.

De opdracht van Z33 bestaat eruit de noden van de designsector te onderzoeken op basis van de gedane studies en door het opstarten en opvolgen van nieuwe studies. In de Samenwerkingsovereenkomst 2020-2022 werden de volgende rollen vastgelegd die Z33 moet onderzoeken voor het Expertisecentrum Design: studierol, communicatierol, netwerkrol en aanjaagrol. Deze rollen werden in samenspraak met Departement Cultuur, Jeugd en Media ontwikkeld en zijn niet decretaal

verankerd. Nadat de resultaten van de lopende onderzoeken gedeeld zijn zal in samenspraak met het kabinet en de administratie nog verder onderzocht worden hoe de verdere uitrol van een Expertisecentrum Design kan verlopen met concrete acties tot de opstart ervan. Het is dus niet noodzakelijk zo dat Z33 ook de werking van een expertisecentrum op zich zal nemen, of dat deze beslissingen al gemaakt zijn. Deze kernkeuzes zullen samen en in een later stadium gemaakt worden. Z33 kreeg enkel de opdracht de noden en verwachtingen van het huidige designveld te mappen en een netwerk uit te bouwen met relevante designspelers in Vlaanderen.

3.2 Design in Vlaanderen

3.2.1 Wat is design?

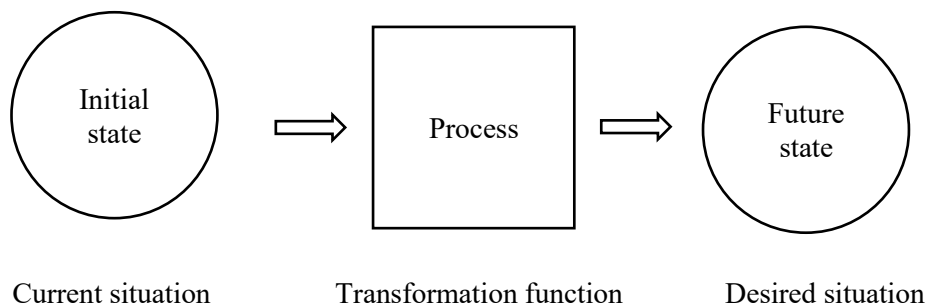
Vooraleer de significant others in het Vlaamse designveld toegelicht worden, wordt eerst een poging gedaan het begrip ‘design’ te definiëren en af te bakenen. Vanuit deze definitie kan naar de Vlaamse designsector in zijn geheel gekeken worden en naar de betekenis en de functie van de significant others in dit designveld. Design als discipline is niet eenvoudig te definiëren (Love, 2002). Een van de belangrijkste kenmerken van design is net de veelzijdigheid van de discipline. In de eerste plaats lijkt het bestaan van design gebaseerd te zijn op de complexiteit die voortkomt uit dichotomieën (Redström, 2017). Zo kan design soms kunst én wetenschap zijn, of is design gebruikersgericht én ontwerp gedreven. Een van de moeilijkheden bij het begrijpen van design is dit veelzijdige karakter. Het zal dan ook niet verbazen dat er geen overeengekomen uniforme definitie van design is. Toch is het noodzakelijk om een poging te doen.

De Nederlandse vertalingen voor de term ‘design’ zijn doorgaans ontwerp of vormgeving. In deze thesis wordt ervoor gekozen om de begrippen design en ontwerp als synoniemen door elkaar te gebruiken. Vormgeving¹ wordt daarentegen niet gebruikt, desondanks deze term uitsluitend in het beleid gebruikt wordt. De meest bekende definitie van ‘design’ is die van John Hesket: ‘Design is to design a design to produce a design.’ (Heskett, 2005). In deze definitie kan het woord

¹ Vormgeven kan een onderdeel zijn van ontwerpen, maar ontwerpen niet van vormgeven. Dit kan geduid worden met een voorbeeld. Een interieur kan vormgegeven worden met bestaande ontwerpen. Bij het vormgeven worden geen nieuwe producten of concepten bedacht maar worden de bestaande ontwerpen gebruikt om de ruimte vorm te geven. Het ontwerpen is de actie ‘to design’. Er worden nieuwe ideeën of concepten bedacht die dan later vorm kunnen krijgen, maar dit is geen vormgeving. Zo gebruikt een grafisch vormgever een lettertype dat door een grafisch ontwerper is ontworpen om een affiche vorm te geven. De affiche is hier de ruimte die wordt vormgegeven met de meubels door een vormgever. En de meubels, en het lettertype, zijn de ontwerpen van de ontwerpers of designers.

‘design’ geïllustreerd worden door de verschillende manieren waarop het woord gebruikt kan worden in de grammatica. De betekenis: Design (1) slaat op het veld in zijn geheel en het algemene concept. Design (2) is een actie of een proces. Met andere woorden ‘to design’ is een werkwoord en staat in het Nederlands synoniem voor ontwerpen. Design (3) is het concept of voorstel dat door de designer voorgesteld wordt en design (4) is dan het resultaat of de uitkomst. Het eindigt met het concept of idee dat uiteindelijk uitgewerkt is in een afgewerkt soort product (Heskett, 2005).

Iets wat de meeste vormen van design gemeenschappelijk hebben is een oriëntatie naar wat op dit moment nog niet bestaat. Vaak is er een initieel probleem, of een initiële staat en wordt er door de actie ‘to design’ gestreefd naar een oplossing of een toekomstige staat. In een definitie van John Chris Jones wordt dit beschreven als “the initiation of man-made things” (Jones, 1992). Een ander voorbeeld van een aantal jaren eerder “the imaginative jump from present facts to future possibilities” (Page, 1966). Dit kan ook weergegeven worden in een eenvoudig model van Doblin (Doblin, 1987):



Naast de klassieke definities van John Heskett en John Chris Jones kan de betekenis van ‘design’ nog verder uitgediept worden in de Vlaamse context. Er kunnen onder design in Vlaanderen verschillende praktijken worden ondergebracht. Onder de overkoepelende term ‘design’ zitten vele sectoren die zich bezighouden met design en ambachtelijkheid. Traditioneel kan de designsector opgedeeld worden in vier subsectoren (Design Vlaanderen, 2017). Ten eerste is er materieel design waaronder ambachtelijke producten (glas, keramiek, juweel, metaal, hout, textiel, ...) en industriële producten (meubelontwerp, lichtontwerp, productdesign, ...). Daarnaast is er immaterieel design en dit omvat service design, social design, policy design en experience design. Verder is er ook nog ruimtelijk design onder welke interieurvormgeving en scenografie vallen. Tot slot, grafisch design met de categorieën grafische vormgeving, typografie, illustratie, reclamevormgeving, webdesign en digitaal design. Deze opsomming lijkt steeds verder uit te breiden en er komen steeds meer en meer velden bij in de designsector. Deze velden zijn op hun beurt vervlochten met

verschillende domeinen zoals de vrije kunsten, onderwijs, economie, milieu, ruimtelijke ordening of welzijn.

Sinds 2010 berekent het kenniscentrum Flanders DC de economische impact van het gebied, het aantal betrokkenen, de omzet en toegevoegde waarde (Flanders DC, 2013). De economische impact van de creatieve sector (het aantal betrokkenen, de omzet en toegevoegde waarde) is volgens het onderzoeksrapport van Flanders DC uit 2013 groter dan de automobielsector, de landbouw of de visserij (Flanders DC, 2013). Naast de economische waarde van design kan design antwoorden bieden op vaak complexe maatschappelijke uitdagingen. Dit kan door designprincipes en methodieken toe te passen op vlak van bijvoorbeeld mobiliteit, verstedelijking of energie- en afvalbeheer (Kunstenpunt, 2020). Maar het design bepaalt ook het uitzicht en de functionaliteit van objecten die we elke dag gebruiken. Door dit alles heeft de designsector een niet te onderschatten positieve impact op onze levensstijl en kwaliteit. Design kan gemeenschap bevorderend werken en kan bekeken worden als een investering voor sociaal rendement omdat het zorgt voor betere woonomgevingen, werkplekken en publieke ruimtes (Design Vlaanderen, 2017). Naast de grote economische waarde en maatschappelijke waarde, heeft design ook een culturele waarde. 'Design is een drager van cultuur, een uiting van niet-kwantificeerbare culturele waarden als creativiteit, inventiviteit, artisticeit, emotionaliteit, sociabiliteit, vakmanschap, kritiek, esthetiek, humor, communicatie, enz. Design vertrekt vanuit functionaliteit maar is ook méér dan dat. Het is zelfs zo dat de overtuigingskracht van design vaak schuilt in de mate waarin design die culturele component, dat geheel van symbolische waarden, kan capteren' (Design Vlaanderen, 2017).

3.2.2 Tekorten in het Vlaamse designveld

In de landschapstekening 2019 wordt een sectorspecifieke schets gemaakt van het designveld in Vlaanderen. Er liggen twee studies aan de basis van deze inhoud. In 2018 werd er onderzoek gevoerd naar de sociaal-economische positie van de designer door Siongers, Willekens, e.a. (2018) en werden de ontwerpers bevroegd. In 2019 werd voor de Veldverkenning Vormgeving door Thoelen & Böröcz de designers, professionelen uit het onderwijs, culturele instellingen en overheidsdiensten gerelateerd aan de designsector bevroegd om het perspectief vanuit organisaties, ontwerpers en het beleid te weten te komen. In deze studie werd een overzicht gegeven van de actoren en de opportuniteiten en hiaten in het Vlaamse designveld. De voorgaande studies hebben de hiaten in de kennis over het Vlaamse designveld vastgelegd en vormen de basis voor het designhoofdstuk in de Landschapstekening. Hieronder volgt een korte samenvatting van de uitdagingen die in de Veldverkenning Vormgeving en in landschapstekening besproken worden.

Deze tekorten worden vermeld als vertrekpunt omdat dit de huidige situatie in het Vlaamse designveld duidt, wat tevens het vertrekpunt is van deze thesis. Er werden tien punten in de Veldverkenning Vormgeving 2019 opgesomd als meest prangende uitdagingen: praktijkondersteuning, praktijkontwikkeling, promotie, ontmoeting en netwerking, aanspreekpunt, residenties en werkplekken, presentatieplekken, reflectie en archivering.

Het eerste tekort wijst op de afwezigheid van praktijkondersteuning (1). Er is op dit moment geen organisatie die de trends, behoeften en evoluties voor de designsector opvolgt. Een jonge ontwerper kan op dit moment nergens terecht voor doorverwijzingen of aanbevelingen voor bepaalde subsidietrajecten noch voor hulp bij het opstellen van subsidieaanvragen voor beurzen en projecten binnen het kunstendecreet. Ook voor feedback van experts met vakkennis op hun werk kunnen ze nergens terecht. Ten tweede is er de afwezigheid van praktijkontwikkeling (2). Momenteel is er in Vlaanderen geen organisatie die een overzicht houdt over het designveld en hierover communiceert naar de overheid. Er worden subsidies toegewezen aan ontwerpers waarvan de overheid niet weet of deze subsidies het meest efficiënt worden gebruikt of dat ontwerpers andere behoeften hebben. Het derde tekort is promotie (3) die design in de kijker zet. Er zijn weinig vormingsdagen of congressen rond specifieke topics die belangrijk zijn voor bepaalde deelgebieden in design, terwijl Kunstenpunt en VAI dit wel opnemen in hun programma. Daarnaast zijn er op dit moment weinig momenten die ontmoetingen tussen ontwerpers onderling, en tussen ontwerpers en opdrachtgevers faciliteren (4). Er is geen organisatie die een overzicht heeft van het veld en zo interessante samenwerkingen kan stimuleren. Zo een organisatie of aanspreekpunt (5) is noodzakelijk voor zowel het beleid, als voor de actoren in het veld.

Ook de ontwikkeling van de designers zelf zou meer gestimuleerd kunnen worden (6). Momenteel zijn er bijna geen residenties en werkplekken voor ontwerpers. Vooral de artistieke en experimentele vormen van ontwerp komen hierdoor in het gedrang. De ontwerpers worden hierdoor gedwongen te stoppen of een meer commerciële vorm van design te beoefenen bij een bedrijf. Daarenboven zijn er weinig toonplekken (7) voor de immateriële, grafische en ruimtelijke design disciplines in Vlaanderen. Verder is reflectie op de design discipline bijna volledig verdwenen (8). Zowel reflectie als een publicatieplaats zijn hiervoor belangrijk om dit noodzakelijke deel van de sector terug op te starten. Vervolgens is er op dit moment weinig aandacht voor de tijd die een ontwerper nodig heeft voor experiment en het ontwikkelen van zijn praktijk. Ook de financiële ondersteuning (9) zou meer op maat moeten zodat de ontwerpers die niet voor bedrijven werken ook de kans krijgen hun praktijk te ontwikkelen. Tot slot is er een dringende nood aan archiefzorg (10). De meeste ontwikkelingen worden vandaag meestal niet gearchiveerd in

Vlaanderen. Hierdoor zou in de toekomst een kloof kunnen ontstaan tussen de huidige periode en de toekomst waarin de kennis en productie van vandaag niet bewaard worden.

3.3 Economische lineaire benadering

3.3.1 Distributieketen

Design en is één van de twaalf domeinen die volgens de definitie van Flanders DC tot de creatieve industrieën behoort. De definitie van de creatieve industrieën volgens Flanders DC luidt als volgt: ‘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’ (Flanders DC, 2011). Deze creatieve industrie is trans-sectoral, trans-professional en trans-governmental (Veldverkenning, 2019). Ze is sectoroverschrijdend in de zin dat ze onderlinge verbindingen vormt tussen verschillende sectoren wat het een complexe sector maakt met veel verschillende belanghebbenden. Een van de belangrijke structuren van de creatieve industrie is de distributieketen (Thoelen, 2020). Om het belang de positie van de significant others te kunnen kaderen wordt eerst de distributieketen in het designveld in Vlaanderen omschreven. Voor een ontwerper kan de distributieketen ook gezien worden als een productieketen. De ontwerper staat aan het begin van de keten en creëert een product of een dienst die dan door verschillende schakels loopt waarin er waarde toegevoegd wordt aan het product of de dienst.



Figuur x: Distributieketen van de creatieve sector, bron: Maenhout. T. et. al (2006) (Thoelen, 2020)

In de eerste fase van de distributieketen ontstaan de ideeën en de inhoud van een product of een dienst. Deze eerste fase wordt ook wel de creatie of de scheppingsfase genoemd waarin de designer de culturele producent is. Een ontwerper zal niet altijd voor een bedrijf of onder een label ontwerpen wat betekent dat de ontwerper zelf zijn product tot bij de consument moet krijgen. Als hij hier geen ondersteuning krijgt in de tussenstappen is dit geen gemakkelijke opdracht. De tweede stap is het materialiseren van een ontwerp. De productie zijn de reproduceerbare objecten en diensten, alsook de infrastructuur en de processen die de productie mogelijk maken. Bij ontwerpers die ambachtelijk ontwerp maken kan deze stap bij de eerste gevoegd worden en valt de

creatie vaak samen met de productie. In de derde stap wordt het product uitgegeven. Zo kan bijvoorbeeld een designlabel een ontwerp van een designer op de markt brengen. In de vierde fase worden de ontwerpen gedistribueerd. Het ontwerp van de designer zal nu verdeeld worden en bijvoorbeeld in een designwinkel te vinden zijn voor de consument, wat de laatste fase is in de distributieketen. In deze laatste fase worden de producten of diensten van de ontwerper geconsumeerd. Deze laatste fase is essentieel voor de distributieketen omdat symbolische en culturele waarde enkel gecreëerd kan worden als er een interactie is met het publiek (Thoelen, 2020).

Deze fases zullen niet voor elke designer hetzelfde zijn. Niet elke ontwerper gaat ontwerpen in opdracht maar kan ook een autonome praktijk hebben waardoor het distributiekanaal zal verschillen. De manier waarop een ontwerp gebruikers, kopers of doelgroepen bereikt, is gerelateerd aan het medium van het ontwerp. Zo kan grafisch ontwerp online gepubliceerd worden in digitale vorm, of in de gedrukte vorm via de waardeketen van de boeken of tijdschriftenindustrie. De distributie van materiële ontwerpen kan gebeuren in eigen beheer, via galeries, designlabels of bedrijven. De presentatie en promotie kan eventueel ook via deze weg gebeuren. Het product of de dienst doorloopt verschillende fases waarin er waarde toegevoegd wordt aan het product of de dienst door anderen.

Deze personen worden ook wel de significant others genoemd en kunnen in de waardecreatie een waarde toevoegen in de distributieketen. Het is belangrijk te erkennen dat er verschillende taken zijn die noodzakelijk zijn om een cultureel goed of dienst tot bij de consument te kunnen brengen. Het product of de dienst is waardeloos zonder een waardesysteem en een productieketen die waarde en betekenis geeft.

3.3.2 Significant others

Het creatieproces van de ontwerper bevindt zich in een context waarbij de verschillende belanghebbenden en de opdrachtgevers een belangrijke bijdrage leveren. Het is dan ook de interactie tussen de verschillende betrokken partijen die cruciaal is. De rol van deze actoren in de schakels in het waardenetwerk zijn creatie, productie, distributie, exploitatie en consumptie. Bij deze laatste kunnen ook de consumenten geplaatst worden. Sommige Vlaamse ontwerpers worden vertegenwoordigd door een label of een bedrijf en zij spelen dan ook een belangrijke rol in hun distributieketen. Maar omdat niet elke Vlaamse ontwerper wordt vertegenwoordigd door een label of een bedrijf zijn zij meer afhankelijk zijn van hun eigen artistieke ondernemerschap. Maar ook in deze distributieketen waarin de ontwerper zelf veel verantwoordelijkheden draagt, worden niet alle stappen uitgevoerd door de designer zelf.

Er zijn dus verschillende mechanismen die ervoor zorgen dat een distributieketen tot stand komt. Naast de designers zijn er actoren die een invloed hebben op het product of de dienst van begin tot eindpunt. Deze worden ook wel de significant others genoemd. De significant others zijn ‘een groep actoren die betrokken zijn bij de activiteiten in de creatieve sector, rechtstreeks of onrechtstreeks daarin bijdragen, een grote of kleine rol in spelen, of een invloed uitoefenen op het waardecreatieproces van creatieve producten.’ (Thoelen, 2020). Binnen de significant others kan een onderscheid gemaakt worden tussen twee groepen actoren. De eerste groep zijn de gatekeepers, dit zijn de tussenpersonen of –instellingen die bij een van de stappen in de distributieketen een selectie maken van creatief werk dat verder ontwikkeld kan worden (Thoelen, 2020). In het voorbeeld van de designsector zijn dit designlabels, curatoren, galeriehouders, musea, winkels enzovoort. Zo kan een curator ervoor kiezen om een bepaalde ontwerper wel of niet uit te nodigen voor een tentoonstelling. Of kan een winkel beslissen om een ontwerp wel of niet te verkopen.

Deze actoren hebben op hun beurt een eigen waardeketen en een netwerk van gatekeepers. Zij creëren stuk voor stuk een meerwaarde in de distributieketen. Samenwerkingen zijn een belangrijk deel van de designsector. Zo zal een ontwerp dat in een gerenommeerde galerie staat een grotere symbolische waarde hebben dan als het ontwerp in eigen beheer wordt verkocht. De gatekeepers zijn een belangrijke groep in de structuur van de designsector. De gatekeepers kunnen onderscheiden worden in twee verschillende groepen. Enerzijds zijn er de beperkende gatekeepers. Zij kiezen er bewust voor om bepaalde ontwerpers al dan niet te selecteren voor bijvoorbeeld een tentoonstelling. Een ontwerper kan er dan bijvoorbeeld voor kiezen om zijn of haar werk te tonen via sociale media en via deze weg een toonplaats te geven. Zo kunnen de klassieke distributiekanaalen ontweken worden. Anderzijds zijn er ook faciliterende gatekeepers, zij kiezen er bewust voor een bepaalde ontwerper, of een ontwerp van een ontwerper, te ondersteunen en zichtbaarheid te geven. Zo zoeken bijvoorbeeld journalisten content voor een designmagazine, zoeken awards deelnemers voor de wedstrijd en zijn musea altijd op zoek naar nieuw talent.

Naast de gatekeepers zijn er ook andere belanghebbenden die een onderdeel vormen van de significant others. Deze twee groep van tussenpersonen en tusseninstellingen zijn de stakeholders. Een stakeholder is “een belanghebbende (persoon of organisatie) die invloed ondervindt (positief of negatief) of zelf invloed kan uitoefenen op een specifieke organisatie, een overheidsbesluit, nieuw product of een project.” (Schramme, 2020) Zo heeft een freelance journalist een invloed op de waarde van een creatief product door het ene ontwerp een plek te geven in een publicatie en het andere niet. Samen met de gatekeepers vormen zij de significant others, de tussenpersonen,

de actoren in het designveld. Zij vormen een belangrijke schakel in het ecosysteem van de designsector. Een andere belangrijke gatekeeper is de consument. Zij zijn de consumenten van de creaties van de ontwerpers en hebben dus een heel belangrijke rol. Dit kunnen individuele kopers zijn maar ook bijvoorbeeld bedrijven of organisaties. “De significant others oefenen dus een invloed uit op het waardecreatieproces in de creatieve sector, doordat zij bepaalde culturele objecten al dan niet selecteren en waarderen.” (Thoelen, 2020)

Met waarde wordt de symbolische waarde van de producten en diensten die ontwerpers produceren bedoeld. In 1959 introduceerde econoom dr. Sidney Levy dit concept in het artikel ‘Symbols for sale’. Hierin legt hij uit hoe aan producten een symbolische waarde kan worden gehecht, en is de waarde van het product niet enkel de objectieve waarde (Levy, 1959). Zo heeft een stoel de functie ‘om op te zitten’ terwijl de stoel ook een artistieke, ontwerpmatige waarde kan hebben. De kostprijs of de waarde van het product zal niet stoppen bij de productiekosten en materiaal-kosten en de waarde kan verschillen van de ene persoon tot de andere. Voor de een kan de stoel een grotere immateriële waarde hebben dan voor de ander. Thoelen stelt dat “naast de gebruiks-waarde is er ook de expressie van het immateriële idee. Deze betekenis is sterk afhankelijk van hoe het object of idee wordt geïnterpreteerd, opgenomen en gewaardeerd in de context van de significant others.” (Thoelen, 2020)

In dit onderzoek zijn de volgende gatekeepers opgenomen in het onderzoek: galeries, musea, designlabels, tijdschriften, designwinkels, residenties, beurzen, promotionele organisaties, conferenties, regionale spelers, awards, opleidingshoofden, freelance journalisten, curatoren, design-specialisten en academici en design onderzoekers. De journalisten, curatoren en beurzen worden opgenomen vanwege hun rol in het verzamelen en verspreiden van informatie. Zij brengen middelen bij elkaar (menselijk kapitaal, financieel kapitaal,...) om een cultureel evenement te laten plaatsvinden en verbinden zo het publiek met het werk van ontwerpers. De residenties en galeries filteren, transformeren en geven een platform aan ontwerpers en hun ontwerpen. De winkels en galeries geven advies, musea en onderzoekers beschermen en bewaren,... De rollen die de significant others opnemen zijn inwisselbaar en er kunnen meerdere rollen opgenomen worden door één significant other.

3.3.3 Duurzame netwerken (sociologische en economische benadering)

Uit onderzoek naar de sociaaleconomische positie van designers door Siongers, Willekens, e.a. uit 2018 blijkt dat designers gemiddeld de helft van hun tijd spenderen aan ontwerpen, het uitvoeren van opdrachten en onderzoek. De meerderheid van de ontwerpers is aan de slag als

zelfstandige in hoofdberoep maar uit het onderzoek blijkt dat echter een groot deel van hen aan de slag is als freelancer bij een bedrijf of organisatie. Een ontwerper kan dus in verschillende domeinen en verschillende hoedanigheden actief zijn: als zelfstandig ontwerper (al dan niet in hoofdberoep), of werkzaam in een designstudio of in een bedrijf (al dan niet als freelancer) (Van Andel & Schramme, 2015).

Naast het ontwerpen houden ontwerpers zich bezig met andere gerelateerde zaken zoals zakelijke en administratieve taken, lesgeven, verkoop en promotie van hun werk of met jobs die geen link hebben met design (Siongers et al., 2018). Ontwerpers worden vaak geconfronteerd met multiple job holding, net zoals vele anderen werkzaam in de creatieve sectoren. Eigen projecten en opdrachten van korte duur zijn vaak de norm en kenmerkend voor de creatieve sector. Door dit projectmatig werk zal de ontwerper vaak zelf op zoek moeten gaan naar potentiële werkgevers, hierom is netwerking van cruciaal belang voor ontwerpers (de Heusch et al., 2011). De context van arbeidsmarkt in de creatieve sector is meestal een onregelmatig en onzeker (de Heusch et al., 2011). Een belangrijke factor die aan de basis van de opvang van projectmatig werk in de creatieve sector ligt, zijn professionele netwerken (de Heusch et al., 2011). In deze professionele netwerken zijn de significant others van belang omdat zij kunnen helpen met het verduurzamen van de arbeidscontext van een designer.

Het professionele netwerk van een ontwerper is belangrijk voor de continuïteit van de projectmatige werkzaamheden (de Heusch et al., 2011). Volgens de auteurs vormt het deelnemen aan meerdere opeenvolgende projecten de gelegenheid om contacten te leggen en netwerken uit te breiden. Het succes van deze projecten is afhankelijk van de sterkte van de professionele netwerken. Deze 'sterkte' is de structuur, de reikwijdte en de dichtheid van het netwerk. Als een netwerk meer uitgebreid is biedt dit meer kansen voor samenwerkingen en zorgt dit voor een druk informatieverkeer tussen gelijkgestemden of met partners en tussenpersonen (de Heusch et al., 2011). Een project kan het uitwisselen van ideeën en nieuwe samenwerkingen tussen personen en instanties stimuleren (Nicolas-Le Strat, 2005; Menger, 2005). Netwerken zijn in het bijzonder belangrijk voor projectmatige arbeidsvormen omdat ze een zeker stabiliteit bieden aan de ontwerpers. Deze netwerken bevorderen de duurzaamheid van de relaties tussen de individuen in een kader waar professionele samenwerkingsverbanden van project tot project verschillen (Menger, 2005). Met andere woorden een netwerk 'vormt een relatief stabiele structuur van formele en informele relaties'. Naast de formele relaties steunt een ontwerper ook op andere hulpbronnen zoals vrienden en familie. Het omvat zowel contactpersonen die zijn ingebed in een institutionele context als 'niet-statutaire' contactpersonen. Het netwerk vervult een centrale rol in de carrière, structureert

de beroepsomgeving en biedt een vorm van legitimiteit, door de som van de activiteiten van de verschillende leden en door hun erkende hoedanigheid van experts (Liot, 2010).

Er kunnen verschillende soorten netwerken onderscheiden worden in de creatieve sector: het lokale netwerk, het handelsnetwerk en het institutionele netwerk (de Heusch et al., 2011).² Het lokale netwerk bestaat hoofdzakelijk uit gelijkgestemden uit de directe omgeving van de ontwerper. Dit netwerk is belangrijk omdat het feedback en erkenning biedt. Het is ook een netwerk dat ondersteuning kan bieden buiten het commerciële kader en beperkt zich meestal tot de regio waarin de ontwerper actief is. Buiten de geografische directe omgeving kan dit ook de relationele omgeving zijn. Zij kunnen ontwerpers helpen om hoger op te raken in de commerciële omgeving. Het tweede netwerk is het handelsnetwerk. Het handelsnetwerk situeert zich tussen de directe privé omgeving en de commerciële omgeving. Dit zijn de directe contactpersonen uit het professionele veld zoals galleries, verzamelaars of labels. Deze personen bieden de ontwerper begeleiding en ondersteuning wanneer ze meestal al iets verder gevorderd zijn in hun carrière. Het derde en laatste netwerk is het institutionele netwerk. Dit zijn de connecties bij overheden. Zij kunnen ontwerpers opdrachten bieden, financieel ondersteunen en helpen bij het promoten en verspreiden van hun werk of hun discipline (de Heusch et al., 2011).

Volgens voorgaande theorieën moet de ondernemende kunstenaar zijn loopbaan uitstippelen op basis van de continue combinatie en/of opeenvolging van artistieke projecten en samenwerkingen (de Heusch et al., 2011). Netwerken lijkt dus noodzakelijk voor de hybride ontwerper die projectmatig werkt. Wanneer een ontwerper deel uitmaakt van een van of meerdere van bovenstaande netwerken, helpt dit bij erkenning en zichtbaarheid van de ontwerper en biedt dit mogelijkheden tot samenwerking. Dit geldt eveneens voor een ontwerper die onder een bedrijf, label of een andere ondersteuning kan ontwerpen. Om ook deze kansen binnen te halen moet hij netwerken en proberen door samenwerkingen zijn eigen werk te verkopen.

² Deze indeling is geïnspireerd op de analyse van artistieke netwerken in Liot, 2010.

3.4 Ecosysteem benadering designveld

‘It is the configuration of relationships that gives a system its essential characteristics. Thus it is less helpful to define the creative economy by what it does, than to try to understand how it is organized... Creativity comes from being at a point of exchange.’ (Hewison, 2014)

Voorgaande literatuur toont dat een ontwerper deel uitmaakt van een context en niet op zichzelf staat. In Vlaamse designveld en ecosysteem voeren verschillende belanghebbenden activiteiten uit die een invloed hebben op de ontwerper. Socioloog H.S. Becker ziet het artistieke werk ook als een collectieve aangelegenheid van een grote groep mensen, en niet enkel als het resultaat van de individuele kunstenaar. Het werk van een kunstenaar, en dus ook ontwerper, draagt volgens hem immers ook sporen van de verschillende ondersteunende, praktische, productionele en vele andere activiteiten in de sociale ruimte van “the art world” (Becker, 2008). Een individueel ontwerper en creatief ondernemer is dus afhankelijk van en beïnvloed door de structuur en van de context waarin hij zich bevindt. Deze context bestaat uit de designsector met al zijn significant others, maar ook uit de maatschappij, concurrenten, trends, de wetgeving enzovoort. De economische lineaire benadering met de focus op de waardeketen wordt dan ook niet altijd door de creatieve sector geaccepteerd. Daarom is een ecologische benadering interessant om het hele systeem te benaderen. ‘Cultural ecology’ wordt door Ann Markusen gedefinieerd als volgt: ‘the complex interdependencies that shape the demand for and production of arts and cultural offerings’. In deze benadering wordt de economische waarde van cultuur niet overgewaardeerd boven de andere waarden zoals symbolische waarde of culturele waarde zoals eerder besproken in de theorie.

“An ecological approach concentrates on relationships and patterns within the overall system, showing how careers develop, ideas transfer, money flows, and product and content move, to and from around and between the funded, homemade and commercial subsectors. Culture is an organism not a mechanism; it is much messier and more dynamic than linear models allow.” John Holden

Vele kunstenaars en academici verkiezen een ecosysteembenadering die uitgaat van een netwerk aan relaties en interacties binnen het culturele ecosysteem beter weerspiegelt (Schramme, 2020). In ‘The ecology of culture’ stelt John Holden het volgende: ‘Culture is often discussed as an economy, but it is better to see it as an ecology, because this viewpoint offers a richer and more

complete understanding of the subject. Seeing culture as an ecology is congruent with cultural value approaches that take into account a wide range of non-monetary values.' (Holden, 2015) Deze ecosysteembenadering gaat ervan uit dat de kenmerken van een gezond ecosysteem een goed balans is tussen de verschillende actoren binnen het ecosysteem.

De significant others bevinden zich in een nog een groter ecosysteem waarin andere factoren belangrijk zijn die buiten de scope van dit onderzoek vallen. Het is evenwel belangrijk om te vermelden omdat de significant others ook een deel uitmaken en beïnvloed worden door dit ecosysteem dat niet enkel bestaat uit menselijke actoren maar ook uit 'dingen' zoals bijvoorbeeld een galerie als toonplaats, materiaal zoals een camera of een computer enzovoort. Volgens Holden wordt er cultuur gecreëerd wanneer mensen met hun ideeën en talenten de juiste opportuniteiten vinden om deze om te zetten in hun werk (Holden, 2015). Op zijn beurt, worden opportuniteiten mogelijk gemaakt door 'objecten' of 'dingen' zoals geld, materiaal of gebouwen, technologie enzovoort. De design ecologie is verder afhankelijk van de verbindingen en ander factoren die het designveld mogelijk maken. Hoe goed dit veld opereert is afhankelijk van hoe sterk de relaties zijn tussen deze verbindingen. "Door een hoge mate van interactie en de kwaliteit van die relaties wordt zowel economische als culturele waarde gecreëerd" (Holden, 2015).

3.5 Rollen van cultuurbeleid van de Vlaamse overheid

De bovenbouw cultuur is een groep van intermediaire organisaties die de schakel tussen het beleid en het culturele veld vormt (Kunstenpunt, 2021). Het doel van deze organisaties is het culturele veld de nodige kennis en deskundigheid te bieden om zijn doelen te bereiken en uitdagingen aan te gaan. Bovenbouw cultuur is een partner in het handhaven van een sterk cultuurveld. Enkele voorbeelden van organisaties die deel uitmaken van de bovenbouw cultuur zijn o.a. Cultuurloket, Literatuur Vlaanderen, VI.BE, FARO, Socius, het Vlaams Audiovisueel Fonds, Demos en Pulse (Kunstenpunt, 2020).

In 'Aanbevelingen voor een vernetwerkte bovenbouw cultuur' (2017) worden door Koen Vandyck de verschillende bovenbouwclusters en organisaties gedefinieerd en besproken. Deze definities zijn echter nooit decretaal verankerd dus hebben enkel een verklarende functie en zijn enkel een leidraad voor wat een expertisecentrum zou kunnen zijn. In de aanbevelingen wordt een onderscheid gemaakt tussen vijf clusters van organisaties, met name: een departement, sectorale steunpunten, expertisenetwerken, fondsen en belangenbehartigers (Vandyck, 2017). We kunnen in Vlaanderen enkele voorbeelden geven van deze organisaties om te bepalen welke structuur en

welke rollen het best bij een Expertisecentrum voor de Vlaamse designsector past aan de hand van de noden die vastgelegd zullen worden. De volgende organisaties zullen kort worden besproken: belangenbehartiger, fonds, steunpunt en expertisenetwerk. De eerste organisatievorm die besproken wordt zijn de belangenbehartigers. Een belangenbehartiger is een ledenvereniging die informeert, adviseert en een bepaalde sector zichtbaar maakt (Vandyck, 2017). Een voorbeeld van een belangenbehartigers uit het Vlaamse kunstenlandschap is oKo (Overleg Kunstenorganisaties). oKo is de belangenbehartiger, werkgeversfederatie en netwerkorganisatie van professionele kunstenorganisaties in Vlaanderen en Brussel (Departement Cultuur, Jeugd & Media). De leden van oKo verdedigen de positie van de kunsten in de samenleving en komen op voor correcte arbeidsvoorwaarden en een goed kunstenbeleid.

Verder zijn er de fondsen. Een fonds is een instelling die informatie, documentatie en subsidies levert voor een afgebakende sector om culturele actoren te ondersteunen op het vlak van creatie, productie, presentatie en omkadering. (Vandyck, 2017). In Vlaanderen zijn er twee fondsen namelijk Literatuur Vlaanderen en het Vlaams Audiovisueel Fonds. Wat interessant is aan een fonds is dat ze ook financiële ondersteuning kunnen bieden. Zo kan Literatuur Vlaanderen bijvoorbeeld een residentiebeurs toekennen aan een kunstenaar.

Een andere organisatievorm is een steunpunt. Een steunpunt is een organisatie die voor een bepaald deel van het culturele landschap ondersteuning biedt (Schramme, 2020). Een steunpunt realiseert zijn doelstellingen via zijn kerntaken: praktijkondersteuning, praktijkontwikkeling en beeldvorming en communicatie. Enkele voorbeelden van sectorale steunpunten zijn Socius voor sociaal-cultureel volwassenenwerk, Kunstenpunt voor de kunsten en Faro voor erfgoed. Voor elk steunpunt worden andere accenten gelegd in welke rollen ze opnemen afhankelijk van de sector.

De laatste organisatievorm die besproken wordt is het expertisenetwerk. Een expertisenetwerk is een niet-sectorgebonden organisatie die in netwerkverband samenwerkt om voor het culturele veld praktijkondersteuning en innovatie te realiseren rond een welbepaald thema. (Vandyck, 2017). Een expertise 'netwerk' wordt in 'aanbevelingen voor een vernetwerkte bovenbouw cultuur' door Koen Vandyck gedefinieerd als: een niet-sectorgebonden organisatie die in netwerkverband samenwerkt om voor het culturele veld praktijkondersteuning en innovatie te realiseren rond een welbepaald thema. Kenmerkend voor een expertisenetwerk is dat zij ten dienste staan van het hele culturele veld (transversaal) en dat ze kennis en beleid ontwikkelen rond een thema. Ze werken nauw samen met andere actoren binnen en buiten de bovenbouwcultuur om hun doelen te bereiken (Vandyck, 2017). Een expertisenetwerk kan een vaste kern hebben in de vorm van

een organisatie die als trekker fungeert. Een voorbeeld van zo een organisatie is Cultuurloket. Cultuurloket biedt zakelijke ondersteuning voor alle actoren actief in de cultuursector (Cultuurloket, 2021). Enkele rollen die de organisatie opneemt zijn kennisontwikkeling, netwerking, inspiratie, vorming,... Maar een expertisenetwerk kan ook in een coöperatieve vorm zijn van meerdere organisaties die samenwerken voor een gemeenschappelijk doel. Enkele voorbeelden hiervan zijn Publiq (een overkoepelend expertisenetwerk voor cultuurcommunicatie en publieksbemiddeling), Demos en Vitamine C.

Voor dieper wordt ingegaan op de rollen die bevestigd kunnen worden wordt het begrip ‘rol’ gedefinieerd. Een rol is ‘de bijdrage van een actor of organisatie aan de maatschappij of aan de werking van specifieke andere actoren of organisaties’ (Kunstendecreet, 2021). Rollen zijn dienstverlenende taken die uitgevoerd worden ter ondersteuning van de functies van andere actoren of organisaties. Hieronder worden de rollen gedefinieerd op basis van de ‘Aanbevelingen voor een vernetwerkte bovenbouw cultuur’ (2017) van Koen Vandyck:

Netwerking

Het faciliteren van ontmoeting, uitwisseling, dialoog en samenwerking binnen de sector en het zich inbedden in een netwerk van Vlaamse partners die actief zijn in dezelfde sector. Het leggen van verbindingen, stimuleren van ontmoetingen, en samenwerkingen met andere sectoren (met bv. toerisme, de zorgsector, bedrijven,...), praktijkgemeenschappen en beleidsdomeinen.

Internationalisering

Het leggen van verbindingen met internationale netwerken, professionals en organisaties in functie van uitwisseling en cocreatie. Het bevorderen van de internationale positie en reputatie van de sector door de sector te profileren in, en te verbinden met het buitenland. Hierdoor kan ook het werkkterrein van de sector vergroot worden.

Kennis- en expertiseontwikkeling

Het ontwikkelen, verbinden en delen van kennis rond brede sectorvraagstukken in antwoord op maatschappelijke, inhoudelijke uitdagingen. Praktijkkennis en inzichten worden verzameld en overzichtelijk gebundeld en getoond (via bijvoorbeeld een website, een bibliotheek,...). Het enerzijds zelf verzamelen van data door het bestuderen en analyseren van de sector op een gestructureerde manier, anderzijds participeren aan verscheidene onderzoeken telkens met het doel om het beleid te optimaliseren en zodoende de sector te versterken.

Onderzoek

Het in kaart brengen van de maatschappelijke opportuniteiten en de meerwaarde van de sector. Monitoren van ontwikkelingen in het veld en dit op continue basis opvolgen. Het investeren in kennisontwikkeling en praktijkgericht onderzoek door het voeren van kort- en langlopend onderzoek rond actuele thema's. Kennis importeren en exporteren door visies, inzichten en praktijken te delen met binnen- en buitenland. Eventueel (mee)werken aan monitoring en beleidsrelevant, artistiek, maatschappelijk ect onderzoek i.s.m. het Departement CJM.

Informatieverstrekking

Het verzamelen en analyseren van informatie en dit publiceren over het veld. Het voorzien van tools en methodieken om actoren te helpen hun praktijk vorm te geven en een antwoord bieden op de vragen die ze hebben. Het verdiepen in relevante literatuur en daarnaast het benaderen van internationale spelers voor informatie

Vorming

Het aanbieden en ontwikkelen van een uitgebreid vormingsaanbod om de competenties van de actoren te versterken. Van theorie tot praktijk, van basiskennis tot experiment, voor starters of professionelen, enzovoort.

Communicatie

Proactief en op vraag info verschaffen over de meerwaarde van design, ter verrijking van het maatschappelijk debat. Een aanspreekpunt voor, en informatieverspreider naar de culturele sector, (lokale) overheidsdiensten die werken rond cultuur en beleidsmakers. Informeren over activiteiten (awards, prijzen,...) en trends en ontwikkelingen uit het veld.

Promotie (promotionele ondersteuning)

De designsector zichtbaar maken naar overheden, het veld, bedrijven en brede publiek, zowel binnen Vlaanderen als internationaal.

Deskundigheidsbevordering

Deze ondersteuning kan voornamelijk financieel gebeuren of kan aangeboden worden in de vorm van coaching of het bieden van advies en begeleiding op maat (bv: archivering, diversiteitsbeleid,...)

Belangenbehartiging

Gemeenschappelijke en/of individuele belangen van het designveld werkveld, ontwerpers of significant others behartigen door hen te informeren, te consulteren, te mobiliseren en hen te vertegenwoordigen bij de overheid en andere beleidsrelevante diensten.

4 EMPIRISCH LUIK

4.1 Methodologie

In de literatuur is er weinig onderzoek aanwezig over hoe een organisatie zoals een expertisecentrum tegemoet kan komen aan de artistieke en creatieve noden van significant others in een designsector. Er zijn in het algemeen geen onderzoeken voorhanden naar de rol van middenveldorganisaties of intermediairs in de culturele sector. De vraagstelling is specifiek gericht naar de significant others in het Vlaamse designveld en wat hun noden zijn omdat hierover nog geen informatie aanwezig is. Voorheen werden er wel al enkele onderzoeken uitgevoerd naar de sociaaleconomische positie van designers en naar de tekorten in het designveld in het algemeen. In dit onderzoek is de doelstelling te weten te komen wat de noden zijn van de tussenpersonen in het Vlaamse designveld. De vraag van het kwalitatieve onderzoek luidt bijgevolg als volgt: Wat zijn de noden van de significant others in de Vlaamse designsector ten aanzien van een Vlaams expertisecentrum design? Hiervoor is een empirische analyse uitgevoerd. In dit hoofdstuk worden de methoden die gebruikt werden voor deze analyse besproken.

4.2 Opzet kwalitatief onderzoek

4.2.1 Kwalitatieve vragenlijst

Zoals uit de voorgaande paragraaf blijkt is de vraagstelling van dit onderzoek vrij open. Daarom werd er gekozen voor het afnemen van diepte-interviews met experts uit het Vlaamse designveld. In de interviews werd er gebruik gemaakt van een semi-gestructureerde vragenlijst. Na het vastleggen van de inhoud en het kiezen van de juiste kwalitatieve interviewtechniek werden de vragen voorbereid. Op voorhand werd er een lijst met een aantal belangrijke onderwerpen opgesteld die in de loop van het interview aan bod konden komen zonder op voorhand afgelijnde vragen of een structuur vast te leggen. Er werd een beperkte topiclijst opgesteld om de respondent nog de ruimte te bieden voor een persoonlijke invulling. De topiclijst is de meest eenvoudige en kortste vorm van een vragenlijst en leidt tot een meer natuurlijke conversatie van de interviewer (Mortelmans, 2020). Afhankelijk van de positie van de respondent werd er dieper ingegaan op bepaalde topics die voor de respondent belangrijk waren om zo een antwoord te verkrijgen op de

onderzoeksvragen. Bij de topics werden meer uitgeschreven interviewvragen opgesteld die tijdens het diepte-interview gesteld konden worden. Zo kon aan iedereen indien nodig gelijkaardige vragen met ongeveer dezelfde bewoordingen gesteld worden, maar er werd niet te fel vastgehouden aan een interviewleidraad. Afhankelijk van de antwoorden van de respondent kon er op een natuurlijke manier of via een vooropgestelde vraag overgegaan worden naar het volgende topic. Zo krijgt de respondent de ruimte om zelf zijn verhaal te vertellen maar zijn de antwoorden gelijkaardig omdat er ongeveer dezelfde vragen gesteld worden. Dit vergemakkelijkt het analyseren van de antwoorden (Mortelmans, 2020).

4.2.2 Het vragenprotocol

Afhankelijk van de antwoorden van de respondent werd er wel of niet vastgehouden aan het vragenprotocol. Wanneer een respondent rond een bepaald topic uitgebreide standpunten en visies heeft, werd er hier verder op ingegaan zonder vast te houden aan het vragenprotocol of dit te forceren. Voor de start van het interview werd aan de respondent kort de doelstelling van het onderzoek herhaald (Mortelmans, 2020). Dit werd ook al in de uitnodiging vermeld en dient om zowel de respondent als de interviewer te herinneren aan de centrale taak die bij het interviewen te doen staat.

Bij de start van het interview wordt een openingsvraag gesteld. De openingsvraag heeft als doelstelling elkaar te leren kennen en het ijs te breken tussen de interviewer en de respondent. (Mortelmans, 2020). Hierna worden afhankelijk van de antwoorden de verschillende topics besproken. Bij het vaststellen van de noden was het ene topic niet belangrijker dan het andere en werd er op gelet dat de onderzoeker geen sturende vragen zou stellen. Dit om ervoor te zorgen dat de interviewer een objectieve positie inneemt als onderzoeker. Op het einde van het interview wordt tot slot nog een besluitende slotvraag gesteld. Deze laatste vraag polste naar de noden die nog niet besproken waren, andere opmerkingen of bezorgdheden die de respondent wil delen. Op die manier wordt er gepeild naar elementen die niet aan bod kwamen tijdens het gesprek (Mortelmans, 2020).

Het is verder ook voordelig om uitleg te geven bij het soort vragen die in dit onderzoek aan bod komen (Mortelmans, 2020). De vragen werden opgesteld met de onderzoeksvraag van het onderzoek in het achterhoofd. In dit onderzoek worden vooral ervarings- en gedragsvragen, vragen naar opinies en waarden, en achtergrondvragen gesteld. De ervarings- en gedragsvragen gaan over eenvoudig observeerbare of traceerbare dingen. Een voorbeeld hiervan is:

V: Hoe komen samenwerkingen met ontwerpers tot stand?

Opinie vragen zijn vragen die vragen over hoe mensen oordelen in hun leven en welke opinies ze dragen. Een voorbeeld hiervan is:

V: Welke noden heeft u in het uitbouwen van uw artistieke en inhoudelijke kennis?

Aan het begin van elk interview werd ook een achtergrond vraag gesteld om een beeld te krijgen van de sociodemografische kenmerken van de respondent. Deze kenmerken lijken te behoren tot een kwantitatieve onderzoekssetting maar mogen niet verwaarloosd worden binnen de kwalitatieve setting. Zo werd er bijvoorbeeld gevraagd naar de achtergrond en het functieprofiel van de respondent. Bij de analyse kunnen deze kenmerken zeker een rol spelen (Mortelmans, 2020).

Het interview start met een inleiding waarin de interviewer zichzelf voorstelt en het onderzoek kadert. In de inleiding werden ook de praktische zaken van het interview besproken (toestemming voor de opname, geschatte duur van het interview,...). De voorlopige topiclijst werd getest in het eerste interview en waar nodig aangepast tijdens het verloop van de volgende interviews. Het interview werd afgesloten door een slotvraag en de geïnterviewde werd bedankt voor zijn/ haar tijd en medewerking aan het onderzoek.

4.2.3 Respondenten

In dit onderzoek wordt ervoor gekozen om de significant others uit het Vlaamse designveld kwalitatief te interviewen. De betekenis en afbakening van de significant others werd nauwgezet omschreven in de onderzoeksvraag en uitgewerkt in het theoretische luik. Meestal is de onderzoekspopulatie het grotere geheel dat in het onderzoek bestudeerd wordt (Mortelmans, 2020). In deze case bestaat de populatie uit verschillende subgroepen die samen de significant others vormen. Hierin was het belangrijk rekening te houden met de grenzen van deze populatie. Zo worden grote bedrijven en commerciële organisaties niet in de populatie meegerekend. Dit omdat we de creatieve en inhoudelijke noden te weten willen komen en het financiële onderdeel geen prioriteit heeft in de vraagstelling. De belangrijkste factor van het onderzoek is het profiel en de positie van de respondent. In dit onderzoek werd vooral gekeken naar de verschillende posities die een tussenpersoon kan innemen binnen het Vlaamse designveld. Er werden specifiek experts gecontacteerd werkzaam binnen het Vlaamse designveld. Omdat de te onderzoeken populatie een heel

specifieke, gespecialiseerde groep is, werd er samen met Z33 een lijst opgesteld. Deze lijst van bevat de stakeholders en de gatekeepers: opleidingshoofden, freelance journalisten, curatoren, design specialisten en academici, galleries, musea, design labels, tijdschriften, designwinkels, werkplaatsen, residenties, beurzen, promotionele organisaties, conferenties, regionale spelers, awards en consumenten. Deze laatste groep werd niet bevraagd in dit onderzoek.

Omdat elk profiel, of elke categorie, van elkaar verschilt en we de noden van het individu te weten willen komen, werd ervoor gekozen om steeds één iemand te interviewen en niet te kiezen voor een focusgroep. De meeste respondenten zijn experts in hun vakgebied en zijn door hun veelvormige positie een belangrijke bron van informatie. Sommige respondenten bevinden zich in meer dan één profiel en werden gecontacteerd om voor beiden te antwoorden. Zij hebben ervaringen binnen verschillende categorieën die maakt dat de perspectieven meestal gekleurd zijn vanuit deze ervaringen en de kennis die ze bezitten. Deze functieprofielen hebben een breed algemeen begrip van het designveld en kunnen zo ook spreken vanuit het perspectief van een ander profiel. Net omdat design vervlochten is met andere sectoren (industrie, economie, technologie, ...) zijn andere profielen met een specialisatie die niet zuiver design is, ook een belangrijke schakel in de structuur van het designveld. Ondanks dat vooral de artistieke en inhoudelijke noden het onderwerp zijn van de bevraging, werd er bijvoorbeeld gekozen om ook een designwinkel in de categorieën te betrekken. Om de onderzoeksvraag te kunnen beantwoorden is dus een kwalitatieve onderzoeksmethode noodzakelijk om diepgaand inzicht te krijgen in de noden van het web dat het designveld mee vorm geeft.

Naast de verschillende specialisaties en achtergronden van de respondenten werd er ook geprobeerd om een verscheidenheid aan design disciplines in het onderzoek te betrekken omdat design een zeer veelomvattende discipline is. In Vlaanderen is interieur bijvoorbeeld een zeer sterke sector waardoor het gemakkelijker is om expertise uit deze categorie te vinden. Hier werd rekening mee gehouden door een verscheidenheid aan experts te contacteren uit verschillende designdisciplines.

Om een inzicht te krijgen in de noden van de tussenpersonen in de Vlaamse designsector is een kwalitatief onderzoek uitgevoerd aan de hand van diepte interviews. In het totaal werden er 29 personen gecontacteerd via e-mail (bijlage 1). Hiervan zijn er 15 diepte-interviews afgenomen en antwoordde twee personen via e-mail (volledige lijst bijlage 2):

- Een diepte-interview werd afgenomen via Teams op 23/03/2021 om 14u met Heleen Van Loon, curator en coördinator talentontwikkeling bij Z33, Huis voor actuele kunst, design en architectuur te Hasselt.
- Een diepte-interview werd afgenomen via Teams op 25/03/2021 om 14u met Wim Buts, opleidingsverantwoordelijke en curriculumverantwoordelijke productdesign aan Luca School of Arts te Genk. Hij werkte mee aan verschillende design gerelateerde onderzoeksprojecten als onderzoeksmedewerker en startte recent een doctoraatsonderzoek als ontwerper.
- Een diepte-interview werd afgenomen via Teams op 26/03/2021 om 9u30 met Dieter Van Den Storm, journalist, curator, creatief & communicatie directeur bij MAD Brussels en coördinator bij de Biënnale Interieur (Designer van het jaar award).
- Een diepte-interview werd afgenomen via Teams op 01/04/2021 om 14u met Liv Vaisberg, oprichter van strategisch adviesbureau Liv Vaisberg _ Office for Art & Design (Rotterdam), en medeoprichter van de beurs Collectible (Brussel).
- Een diepte-interview werd afgenomen via Teams op 07/04/2021 om 9u30 met Christian Oosterlinck, projectmanager promotie & events voor designbeurzen bij Flanders DC (Leuven, Brussel, Antwerpen).
- Een diepte-interview werd afgenomen via Teams op 07/04/2021 om 14u met Elien Haentjens, freelancejournalist en curator gevestigd (Brussel).
- Een diepte-interview werd afgenomen via Teams op 08/04/2021 om 14u met Lise Van Tendeloo, projectmanager bij Designregio Kortrijk.
- Een diepte-interview werd afgenomen via Teams op 15/04/2021 om 14u met Tom Devoldere, eigenaar van designwinkel De Beste Kamer (Kortrijk).
- Een diepte-interview werd afgenomen via Zoom op 16/04/2021 om 10u met Hugo Puttaert, organisator van de conferentie Integrated (Antwerpen), zelfstandig ontwerper Visionandfactory (Brussel) en docent en voormalig opleidingshoofd grafisch ontwerp aan Sint Lucas Antwerpen.
- Een diepte-interview werd afgenomen via Zoom op 16/04/2021 om 16u met Siegrid Demyttenaere, creatief directeur en mede-eigenaar van DAMN Magazine.
- Een diepte-interview werd telefonisch afgenomen op 23/04/2021 om 15u met Ilse Deden, eigenaar van Verilin (Kortrijk).
- Een diepte-interview werd afgenomen via Teams op 27/04/2021 om 15u30 met Amaryllis Jacobs, medeoprichter galerij MANIERA (Brussel).

- Een diepte-interview werd afgenomen via Teams op 07/05/2021 om 9u met Liesbeth Huybrechts, postdoctoraal onderzoeker op het gebied van Participatory Design aan UHasselt.
- Een diepte-interview werd afgenomen via Teams op 26/05/2021 om 18u met Stijn Maes, directeur Frans Masereel Centrum (Kasterlee).
- Een diepte-interview werd afgenomen via Teams op 07/06/2021 om 9u30 met Nina Serulus, consulent design bij VAI (Antwerpen).

Deze interviews werden afgenomen tussen 23/03/2021 en 07/06/2021 en duurden gemiddeld 45 minuten. Met de toestemming van de respondenten werden de interviews opgenomen. Na het afnemen van de interviews werden de gegevens getranscribeerd.

4.2.4 Online interviews

Het gebruik van onlinemethoden om data te verzamelen zijn al lange tijd ingeburgerd (Mortelmans 2020, p. 259). Voor dit onderzoek werden kwalitatieve interviews afgenomen, gebruik makend van elektronische media zonder dat de geïnterviewde en interviewer zich face-to-face in dezelfde ruimte bevonden. Omdat er diepgaande informatie nodig is van de respondenten is een face-to-face interview normaal het meest geschikt, maar door de huidige coronapandemie konden de interviews enkel online via een online videoplatform afgenomen worden. De interviews werden digitaal opgenomen zodat ze hierna gemakkelijk getranscribeerd kon worden. De opnames werden hierna uitgeschreven volgens het Verbatim-principe. Dit betekent dat het gesprek uitgeschreven is zoals het op de geluidsband staat (Mortelmans, 2020). Verbatim wil dus zeggen ‘letterlijk’ uittypen zoals het gezegd werd. Later in het onderzoek werd het verzamelde materiaal ook nog geanalyseerd. Daarom zijn er wel grenzen gesteld in het letterlijk uittypen. Zo zijn aarzelingen of stopwoorden niet opgenomen in de transcriptie zodat er een beter lopend verhaal ontstaat.

4.2.5 Resultaten Nvivo

Voor het kwalitatieve onderzoeksluik werd het programma Nvivo gebruikt, een softwareprogramma voor sociaalwetenschappelijk kwalitatief onderzoek. De interviews werden na de transcriptie geïmporteerd in Nvivo.

4.2.6 Benadering kwalitatieve analyse

Coderen is een belangrijk onderdeel van veel verschillende methodologieën. Er zijn ook veel verschillende methoden om te coderen. Coderen is het proces van het identificeren van tekst, ofwel woorden, woordgroepen of hele secties. Eenmaal geïdentificeerd worden deze toegewezen aan een bepaalde code. Een code kan een thema, een onderwerp, een concept, een houding, een gedrag, een sleutelwoord, een zin of een idee zijn (Hull University, 2019). Het doel is om een stuk tekst met een thema te identificeren. In dit onderzoek werden codes toegekend aan de citaten die relevant zijn voor het onderzoek. Een code legt het verband tussen het empirisch materiaal (de woorden van de respondent) en het conceptuele kader, dat wil zeggen het interpretatiekader van de onderzoeker (Baarda, 2018). De codering verliep in drie fases. In de eerste fase werden alle noden van de geïnterviewde gecodeerd in Nvivo, dus ook onderwerpen aangegeven door de geïnterviewde die niet voorkwamen in de vragenlijst. De codes werden intuïtief en gebaseerd op de achtergrondkennis aan citaten toegevoegd. In de tweede fase werden deze codes gegroepeerd en toegekend aan een overkoepelende topic om een overzicht te krijgen van de noden. Later werden deze verder geanalyseerd en werd er gekeken of deze topics een antwoord boden op de onderzoeksvragen.

4.2.7 Proces van kwalitatieve analyse

Tijdens het proces van het kwalitatief analyseren van de gegevens, wisselden drie activiteiten elkaar af: waarnemen, analyseren en reflecteren (Baarda, 2018). Tijdens het waarnemen wordt er materiaal verzameld dat later geanalyseerd wordt. In dit onderzoek bestaat het gebruikte materiaal enerzijds uit de afgenomen interviews, en anderzijds uit bestaand materiaal dat al beschikbaar was uit voorgaande onderzoeken. Er is dus een veelheid aan materiaal beschikbaar, maar nog ongeordend materiaal. De tweede stap is het analyseren van het materiaal. Alle interviews werden meermaals gelezen en geïnterpreteerd. In deze fase werd het materiaal ontleed en ontarfeld. De resultaten van de ontleding werden vastgelegd in codes zoals in voorgaande paragraaf werd gduid. Hierdoor wordt het materiaal overzichtelijk waardoor er beter mee te werken is. De volgende stap is het synthetiseren. Hierin worden de codes terug samengevoegd door ze te ordenen en te zoeken naar een samenhang tussen de verschillende codes. Het doel is om uiteindelijk te komen tot een conceptueel model waarin alle relevante aspecten een plaats krijgen. In de laatste fase werd er gekeken in hoeverre de resultaten van de analyse beantwoorden aan de onderzoeksvraag en de deelvragen. De reflectie zal leiden tot deelantwoorden op de onderzoeksvragen. Wat ben ik te weten gekomen over de noden van de tussenpersonen? Daarnaast kan de reflectie ook

tot nieuwe vragen leiden. Het kan bijvoorbeeld ook dat uit de analyse belangrijke nieuwe inzichten komen die ervoor zorgen dat de onderzoeksvragen aangescherpt of uitgebreid moeten worden.

De gegevens werden open en axiaal gecodeerd. Open coderen is het afwisselen van in vivo coderen (woord gebruiken uit de tekst als code), gericht coderen (met in het achterhoofd de onderzoeksvraag) en samenvattend coderen (lees je een heel segment en vat je samen wat de kern is van dit stukje tekst). Vervolgens wordt er tijdens de specificatiefase axiaal gecodeerd: nadat in de exploratiefase al het materiaal uiteengegafeld werd in losse codes (het open coderen) wordt het in deze fase weer terug gebracht naar een onderliggende structuur (Baarda, 2018). De belangrijkste handeling binnen het axiaal coderen is het vergelijken van segmenten. Er werden overstijgende categoriecodes gecreëerd om aan segmenten toe te voegen. In een categorie worden de codes bij elkaar gezet die op een of andere manier naar dezelfde achterliggende thematiek of naar hetzelfde aspect verwijzen.

5 RESULTATEN

5.1 Deelvraag 1

Welke inhoudelijke/artistische kennis hebben de significant others nodig tijdens hun werkzaamheden, en hoe verkrijgen zij deze nu?

5.1.1 Noden kennis en expertise

5.1.1.1 Informatiebronnen

In het volgende onderdeel wordt besproken waar en hoe de significant others hun artistieke kennis verkrijgen. In de gemaakte selectie van significant others is de inhoudelijke en artistieke kennis nood afhankelijk van de functie van de respondent. Hierin zijn er verschillen en overeenkomsten in het soort kennis dat de respondenten nodig hebben. Wat de meeste respondenten gemeenschappelijk hebben, is de nood aan een overzicht van waar de hedendaagse ontwerpers vandaag mee bezig zijn. Om die reden zijn ze te vinden op open calls, jury's, commissies, beurzen en andere nationale of internationale designevents:

“Doordat ik altijd die open calls doe voor Format krijg ik elk jaar een soort status quo waar dat net afgestudeerde ontwerpers in Vlaanderen, of in de Euregio mee bezig zijn. Want ze moeten eigenlijk hun portfolio insturen en ook een concreet projectvoorstel. Dus dat is altijd wel een goede graadmeter van wat de hot topics, de voorbeelden en het referentiekader zijn voor hen. Ook als ik bijvoorbeeld in een jury of commissie zit, of een afstudeertentoonstelling bezoek, dan krijg ik een soort status quo. Eigenlijk is dat niet het rechtstreekse doel van die

dingen maar op die manier is dat eigenlijk wel een goede graadmeter van waar jonge ontwerpers vandaag de dag mee bezig zijn.” Heleen Van Loon

De significant others verplaatsen zich naar het buitenland voor beurzen en dit blijkt ook een van de belangrijkste vormen van inspiratie en informatie te zijn:

“Ik denk dat als je een klein beetje thuis bent in die wereld, dan weet je dat dat de grote meubelbeurzen zijn. Alles wat met meubels en design te maken heeft, bij uitbreiding met architectuur, vind je eigenlijk op die beurzen. Zeker Milaan wordt breder en breder. Het zijn niet enkel meer meubels maar ook mode, of ook fabrikanten van elektronica staan daar tegenwoordig. Dat is echt een geweldig groot event aan het worden jaar na jaar. Iedereen die met creativiteit bezig is probeert daar af en toe naartoe te gaan.” Tom Devoldere

Naast het deelnemen aan open calls, jury's, commissies, beurzen en andere nationale of internationale designevents wordt kennis en expertise vergaard door deel te nemen aan workshops, lezingen of het bezoeken van tentoonstellingen. Het bijwonen van lezingen lijkt veruit de meest favoriete manier om kennis te verzamelen van de respondenten. Tegelijkertijd hebben de meeste respondenten een drukke agenda maar als er tijd voor is, wordt er graag voor gekozen om op deze manier kennis te vergaren:

“Ik had bijvoorbeeld voor dat ik de galerie had een rare hobby: ik keek naar lezingen van architecten online. Nu heb ik daar veel minder tijd voor, maar ik vond dat fantastisch. Lezingen vind ik iets fantastisch om iemand grondig te leren kennen. En het denken achter zijn of haar werk te leren te kennen.” Amaryllis Jacobs

Naast deze evenementen zijn er andere vormen van informatieverstrekking waarbij respondenten zich wenden tot de literatuur in het fysiek raadplegen van magazines of boeken. Dit zijn vooral buitenlandse gespecialiseerde publicaties. Daarnaast geven de respondenten aan dat ze vooral online informatie verzamelen. De belangrijkste online informatiebron zijn de sociale media naast de informatieverstrekking door nieuwsbrieven, websites, en blogs. Het is vandaag mogelijk om sneller tot informatie te komen maar zoals Van Loon aangeeft, is dit niet noodzakelijk gemakkelijker:

“Vroeger had je denk ik enkel magazines en was het veel moeilijker om tot die kennis te komen. Met het internet en de duizenden blogs, sociale media, ... is er eerder een overload.

Ik vind het wel interessant als er iemand een selectie voor je maakt van alle dingen. Dat je enkel de interessantste dingen leest die voor jou gecureerd zijn bij wijze van spreken. Dat lijkt mij misschien nog wel interessant, dat er een soort selectie voor je gebeurt. Er zijn gewoon zoveel websites, blogs en andere kanalen.” Heleen Van Loon

5.1.1.2 Informatie overload

Het is niet altijd eenvoudig om een weg te vinden in de grote hoeveelheid informatie die vandaag ter beschikking is. Er zijn meerdere initiatieven die proberen deze informatie te ordenen en hiervan een overzicht bieden. Een voorbeeld gegeven door Elien Haentjes is E-flux. Naast het publiceren van het magazine ‘e-Flux Journal’ biedt het platform een overzicht van evenementen, tentoonstellingen, tijdschriften en projecten rond hedendaagse kunst en kunsttheorie. Via de nieuwsbrief van het platform wordt gecureerde content verspreid over het hedendaagse kunstenveld. Een ander voorbeeld van Hugo Puttaert is het online platform Neon Moiré dat alle online design conferenties en lezingen wereldwijd in kaart probeert te brengen:

“Er zijn ook heel veel online conferenties, kleine en grote. Er is nu iemand Nederland die dat allemaal in kaart brengt. Zijn website heet Neon Moiré, daar kan je volgen welke conferenties er wereldwijd aan de gang zijn. Waar hij zijn grens legt is moeilijk te zeggen, maar hij doet heel interessante dingen. Dat is ook een initiatief van één figuur. Dat is wel straf hoor, is echt knap.” Hugo Puttaert

Doordat de meeste respondenten ingeschreven zijn op meerdere nieuwsbrieven en blogs is het niet altijd evident om alles te blijven opvolgen, en wordt het zoals Van Loon verwoord eerder een ‘overload’. Om verder in te gaan op de inhoudelijke ‘overload’ worden de noden van de respondenten bij het opvolgen van de kennis en informatie over het designveld beschreven. Net doordat er zoveel informatie beschikbaar is, is deze niet altijd voor iedereen gemakkelijk te vinden. Hoe en waar willen de respondenten inhoudelijke en artistieke kennis verkrijgen over het Vlaamse designveld in de toekomst? Er zijn een aantal initiatieven die proberen een overzicht te bieden van een groot aanbod. Een voorbeeld hiervan is een regionaal initiatief Wanderfull dat een overzicht geeft van de Limburgse ontwerpers:

“Ik heb heel fel op Christophe [De Schauvre] zijn blog gekeken, Wanderfull, en dat hielp wel om zo een beetje een overzicht te krijgen. En ik denk dat daar wel nood aan is. Ik heb ook heel veel met het kunstenveld gewerkt. Bijvoorbeeld Kunstenpunt heeft ook altijd heel goed

een database bijgehouden van kunstenaars, curatoren enzovoort. Dat soort informatie is wel handig voor projecten. Dat je toch weet van wat er aan de gang is, wie actief is, op welke manier, in welke thema's,..." Liesbeth Huybrechts

Er is op dit moment geen overzicht beschikbaar die alle initiatieven zoals deze bundelt en hier mensen naartoe kan verwijzen wat maakt dat er maar een selecte groep van op de hoogte is. De meeste respondenten willen graag een overzicht kunnen raadplegen van wat er in het Vlaamse designveld gebeurt omdat deze informatie op dit moment versnipperd is. Dit kan verschillende onderwerpen behelzen; waar zijn ontwerpers mee bezig, wie zijn de interessante ontwerpers van het moment, welke lezingen kan ik volgen deze week etc. In tegenstelling tot de kunstensector wordt voor de designsector deze informatie niet gebundeld en verspreid naar het brede publiek:

"Het zou interessant zijn moest dat expertisecentrum bijvoorbeeld een echt programma kunnen opstarten met workshops en lezingen. Misschien kan je dat ook in samenwerking doen met design dialogues? Want er zijn al bepaalde platformen die dat doen. Ik denk niet dat je als expertisecentrum het warm water moet uitvinden, maar eerder alles kan verbinden. Denk dat het nog veel belangrijker is om alles in kaart te brengen en al die losse satellietjes aan elkaar te verbinden. Als er één groot expertisecentrum is in Vlaanderen dan weet je, ik ga naar hun website en daar vind ik alles wat dat ik moet vinden." Siegrid Demyttenaere

5.1.1.3 Sociale media

Omdat niet elke ontwerper zal deelnemen aan een wedstrijd, en niet elke significant other zal zetelen in een jury, proberen de respondenten op de hoogte te blijven van ontwikkelingen via sociale media. Het platform Instagram wordt het meest besproken en blijkt een grote bron van inspiratie voor de meeste respondenten. Via Instagram komen de significant others enerzijds in contact met designers en blijven ze anderzijds op de hoogte van waar ontwerpers mee bezig zijn en van de nieuwste trends en ontwikkelingen:

"Enerzijds persberichten en dergelijke, maar anderzijds ook wel op Instagram. Als je daar ontwerpers volgt dan krijg je ook wel veel informatie over waarmee ze mee bezig zijn. Daarnaast blijf ik op de hoogte doordat ik de ontwerpers aanschrijf, of dingen lees die mijn collega-journalisten schrijven. Op die manier ben ik op de hoogte. Wat op Instagram komt staat toch ook vaak in een van de magazines." Elien Haentjens

“Ik vind Instagram wel een makkelijke - beeldend dan wel, dat is natuurlijk heel beperkt - maar dan zie je wel direct als iemand met iets nieuws bezig is. Dan sla ik dat op en dan zit het toch wel ergens in je achterhoofd. Ik vind dat wel echt naar zelfpromotie toe een gigantische opportuniteit, maar je moet natuurlijk wel goede beelden hebben. Ik haal wel veel uit Instagram om zo up-to-date te blijven. Eerder dat dan nieuwsbrieven te lezen of magazines en tijdschriften.” Heleen van Loon

Eenzijds heeft deze informatie een beperkt inhoudelijk kader, anderzijds wordt op dit soort kanalen snel gecommuniceerd en blijf je dus ook op de hoogte van de nieuwste ontwikkelingen en trends. Het is vooral bij journalisten, curatoren, designwinkels en galeries dat Instagram en sociale media worden gebruikt voor trends en nieuwe ontwikkelingen. Voor meer reflectieve, diepgaande, inhoudelijke informatie wordt niet naar de sociale media gekeken. Dit wordt verder geïnterpreteerd door hoofd van de opleiding productdesign in Genk en doctoraatsonderzoeker Wim Buts. Hij spreekt over de informatie die op online blogs en kanalen verschijnen als ‘de waan van de dag’:

“Zoals iedereen wordt je online veel meer geprikkeld. Vroeger moest je heel actief naar die informatie op zoek gaan. Er zijn nu natuurlijk heel veel blogs, kanalen en feeds waar je die informatie heel makkelijk kan vinden. Maar dat gaat dan toch vaak over de waan van de dag. Dat noemen wij een soort van Instagram design waar het eerder over een attractief beeld gaat en waar de diepgang mist zoals op een platform als (XXX 21:55). Dit was een heel informatief platform een paar jaar geleden. Dat is ook meer een prentjeskijk platform geworden en dat is de manier waarop met beeldcultuur vandaag anders wordt omgegaan.” Wim Buts

5.1.1.4 Covid

Tijdens de interviews kwam tevens de wereldwijde gezondheids crisis ter sprake. De respondenten stellen dat ook de designsector geraakt wordt, vooral de kleine spelers, de galeries en de startende ontwerpers. Een andere verandering liet zich vooral op het gebied van het vergaren van artistieke en inhoudelijke kennis voelen. De technologie voor het online streamen van lezingen of tentoonstellingen bestond al enige tijd, maar door de maatregelen en de verschillende lockdowns is de uitbouw en het gebruik hiervan in een stroomversnelling gekomen. Voor lezingen, tentoonstellingen en symposia werden digitale alternatieven voorzien. De respondenten konden deelnemen aan evenementen waar ze anders moeilijk zouden geraken en er werd veel tijd bespaard doordat er niet gereisd moest worden. Het deelnemen aan online evenementen heeft de kennisuitwisseling vereenvoudigd voor de significant others:

“Op het gebied van lezingen is er nu wel een verandering door covid. Maar een lezing is nog altijd iets anders dan een expo bezoeken waar dat je echt een product kan zien. Maar op het gebied van lezingen denk ik dat het een hele goede vooruitgang is geweest op het gebied van kennisdeling: KASK had er vorige week eentje, Unfold, ... Dat zijn dingen waar je anders nooit op zou kunnen inpikken. Dan blijf je heel vaak beperkt tot de lezingen in de regio om het zo te zeggen. En nu ga je eigenlijk internationaal op een lezing eens kunnen inpikken en ga ja zeker binnen Vlaanderen dat veel actiever kunnen opvolgen.” Wim Buts

Daartegenover zijn er ook nadelen aan online lezingen. Wanneer bijeenkomsten zoals lezingen online doorgaan valt het netwerk aspect weg. Dit is zoals eerder besproken in de theorie een belangrijk onderdeel voor zowel de relatie tussen de ontwerpers en de significant others, als voor de significant others onderling, als voor het hele ecosysteem. Na een lezing is er meestal de mogelijkheid om met elkaar in gesprek te gaan wat vaak tot waardevolle connecties en ontmoetingen kan leiden:

“Ik wil ook dat dat online blijft, maakt het gemakkelijk, maar het is eenzijdig. Want netwerken, dat valt dan weg. Dus het is niet dat je nadien nog eens kan napraten met de ontwerper of met mensen die in de zaal zitten. Dat valt volledig weg. Je hebt inderdaad wel toegang tot grote namen en je hoort ze spreken, maar het is maar dat. [...] Je zit in je bestaande cirkel van netwerk en ik moet zeggen dat ik dat laatste jaar geen nieuw netwerk heb opgebouwd.” Dieter Van Den Storm

Naast het netwerkelement wordt ook het verloop en de inhoud van een lezing of symposium beïnvloed door het medium waar het door gecommuniceerd wordt. Demyttenaere geeft in onderstaande quote enerzijds een nood aan het binnenhalen van internationale expertise om symposia en workshops te leiden en onderstreept anderzijds daarin de waarde van een live evenement:

“Internationale designers proberen binnen te halen om symposia en workshops te leiden. Scholen doen dat nu ook al regelmatig, ze laten dan designers workshops geven. Al is dat maar één dag of twee dagen. Of lezingen zoals design dialogues zijn zeer waardevol. Maar live is natuurlijk nog veel beter. Omdat het niet anders kon was dat allemaal online. Je merkt wel dat dat rigide is, dat je een minder soepel debat kan creëren dan dat dat live is. Maar beter dat, dan niets natuurlijk. Zeker debatten vind ik waardevol.” Siegrid Demyttenaere

Er wordt door de respondenten gereflecteerd over de soorten formats die nu beschikbaar zijn er welke inhoudelijke kennis via welk medium het best gedeeld kan worden. De oude vanzelfsprekendheden worden in vraag gesteld en de respondenten staan open voor het herdenken van oude gewoonten en systemen tegenover de nieuwe:

“We zijn zelf ook kritisch: is een conferentie nog de juiste vorm? Zeker nu corona heeft toegeslagen zien we dat we op heel veel manieren ook kunnen samenwerken. Dat er ook online heel veel mogelijkheden zijn, die er voorheen ook al waren, maar die we niet gebruikt hebben. [...] Het is enerzijds wel een nood, zeker nu, dat mensen terug samen kunnen komen. Anderzijds hebben we ook gemerkt dat het niet gemakkelijk is om mensen samen te krijgen. Dat is heel vreemd. Toen we gestart zijn met Integrated in 2007 was het bijna moeilijk om het bevattelijk te krijgen en te houden. En het niet overbevolkt te hebben. Vandaag zijn de mensen heel kritisch geworden, en terecht. Het is soms moeilijker om de mensen ernaartoe te krijgen.” Hugo Puttaert

Het online alternatief van een beurs werd ervaren als een statisch gegeven. De verhouding tussen de toeschouwer en het object, en tussen het object en de ruimte, vallen weg in het digitale format. Voor materiële vormen van design, en andere subcategorieën waarbij het tactiele van belang is, kan een respondent het fysieke product niet ervaren. Er wordt dan ook aangegeven dat deze initiatieven goed zijn om deze periode te overleven maar in tegenstelling tot de lezingen is een online beurs geen format dat de respondenten graag verder uitgewerkt zouden zien:

“Ik vind dat een goed alternatief om in leven te blijven, zeker vanuit die evenementen. Maar ja, je ziet niets. Je voelt geen nieuwigheden. Nieuwe objecten wil je toch ook eens kunnen aanraken, kunnen testen, kunnen zien hoe dat het gemaakt is? En dat verdwijnt wel.” Dieter Van Den Storm

“Eigenlijk ter vervanging van de beurzen van wat daar voorgesteld zou worden van Belgische bedrijven. Nu gebeurt dat gewoon niet heb ik de indruk. Mocht er daar een forum voor zijn om die mensen een plaats te geven van kijk, we zijn er nog wel maar we werken wel achter de schermen. Weet niet of dat succesvol zou zijn hoor. Er zijn al veel van die events en initiatieven gepasseerd om een beurs virtueel te laten doorgaan. Maar dat is toch moeilijk. Zeker in onze sector waar je toch zeker iets wil zien, voelen en uitproberen. Dat is echt moeilijk om diezelfde impact te hebben met iets virtueel.” Tom Devoldere

Zowel het netwerk aspect als het tactiele blijkt voor de significant others een belangrijk gegeven dat behouden moet blijven. Het deels overstappen op digitale alternatieven kan interessant zijn en hier is dankzij de lockdown volgens de significant others een positieve vooruitgang geboekt. Er blijft wel de nood om objecten te kunnen zien en voelen.

5.1.1.5 Lacunes in informatie

In de beschikbaarheid van soorten kennis in het veld komt er van enkele respondenten kritiek dat er veel op het economische zakelijke aspect gefocust wordt. Er wordt genuanceerd dat dit zeker noodzakelijk is, maar dat er ook nog steeds aandacht aan het artistiek inhoudelijke gegeven kan worden. Deze opmerking, of kritiek over de kennis die nu beschikbaar is wordt gegeven op het huidige ondersteunende ecosysteem.

“Ik denk juist dat op dat artistiek inhoudelijk vlak, dat het de voorbije jaren heel veel is door-
geslagen naar het echt economische. En met alle webinars dat Flanders DC organiseert. Ik vind dat wel super goed ergens, want ontwerpers hebben daar ook wel nood aan hoe dat ze een bedrijf moeten oprichten en hoe dat ze met die dingen moeten leren omgaan. Maar het debat over het artistieke of het gesprek over het artistieke zou er ook nog moeten zijn. En dat is er nu veel veel minder.” Elien Haentjens

Samengevat zijn er enkele thema's of onderwerpen die terugkeerden bij de meeste respondenten in hun nood aan artistieke inhoudelijke kennis en informatie. Meestal verkrijgen de respondenten deze informatie via de beurzen, lezingen, tentoonstellingen en sociale media. De meeste respondenten hebben nood aan een overzicht van waar ontwerpers vandaag mee bezig zijn en wie de belangrijkste ontwerpers zijn van het moment. Er is een 'overload' aan informatie aanwezig die erg verspreid is waardoor het moeilijk wordt de juiste informatie te vinden. Dit in tegenstelling tot het Vlaamse kunstenveld waar deze informatie beter gecapteerd en verspreid wordt. Dan rijst de vraag waarom het verzamelen, cureren en verspreiden van informatie nog niet voor het Vlaamse designveld gebeurt?

5.1.1.6 Archiveren/ documenteren

Ook werd archivering of documentatie van het hedendaagse ontwerpveld aangeduid als een nood. Buts duidt het belang van het documenteren van activiteiten in het hedendaagse ontwerpveld en de geschiedenis van ontwerp in Vlaanderen. Dit kan ook teruggekoppeld worden aan de noden in onderzoek en designkritiek waarin aangegeven wordt dat designgeschiedenis of theorie geen prominente plaats heeft binnen zowel de designopleidingen, als de kunsthistorische opleidingen. Als er niets wordt opgebouwd en er niet of onvoldoende gedocumenteerd wordt hebben de onderzoekers hebben geen materiaal om mee aan de slag te gaan:

“Ook omdat als je ergens een cultuur wil maken moet je die ook op een bepaalde manier gaan documenteren. Ga je ook moeten zien van, wie is er? En wat leren we daaruit? En waar zijn onze tekortkomingen? Kwintessens bijvoorbeeld wordt niet meer uitgegeven, daarin kon je zien waar andere ontwerpers mee bezig waren, met welke projecten. Dat is er op dit moment niet meer. We zijn eigenlijk onze eigen ontwerpcultuur niet meer aan het documenteren. Of we zijn beperkt aan het documenten waardoor we daar ook heel moeilijk van kunnen leren. We zijn aan het documenten op een manier waardoor dit niet voor iedereen raadpleegbaar is.” Wim Buts

Op dit moment wordt er voor designgeschiedenis gearhiveerd door VAI. Zij hebben geen overzicht van hedendaagse ontwerpers en werken ook niet op het archiveren of documenteren van het werk van de hedendaagse ontwerpers. Dit zorgt zoals eerder besproken voor gaten in de geschiedenis en geeft onderzoekers weinig materiaal om mee te werken. Het lijkt een vicieuze cirkel waarin dat er niet gedocumenteerd wordt en met als resultaat dit ook niet onderzocht wordt.

“Als er een expertisecentrum zou komen, en we willen de brug met vandaag maken, dat we dan aan hun expertise kunnen vragen over het hedendaagse ontwerpveld. Van wie zijn de belangrijke ontwerpers, of wie werkt rond een bepaalde thematiek. Dat zou schitterend zijn. Ook naar archivering toe. Dat we dan weten welke thema's of welke ontwerpers heel actueel zijn. Dan kunnen wij die mensen ook benaderen en vragen of ze al eens hebben nagedacht over een eigen archief. Snap je? Dat is wel heel handig als er een expertisecentrum is die dat in het oog houdt. Ik denk wel gewoon dat het superbelangrijk is dat iemand zich ontfermt over die ontwerpers van vandaag.” Nina Serulus

Als deze kennis niet gedocumenteerd wordt kan deze ook niet doorgegeven of gedoceerd worden aan de hogescholen en universiteiten. Dit is kennis die volgens Puttaert noodzakelijk is voor jonge ontwerpers. Puttaert geeft het voorbeeld van de Belgische grafisch ontwerp geschiedenis en illustreert dit aan de hand van thematieken zoals niet-Westers grafisch ontwerp of de geschiedenis van grafisch ontwerp in Vlaanderen van de laatste 50 jaar:

“En we hebben ook een hele mooie geschiedenis. We denken allemaal dat de Belgische grafisch ontwerp geschiedenis totaal ondergeschikt is aan de Nederlandse of de Zwitserse of de Britse of de Duitse. Maar dat is niet zo. Het is wel niet zo gedocumenteerd. [...] Maar ik merk dat de kennis bij zeker de jonge generatie - en dat is natuurlijk geen verwijt, daar kunnen zij niets aan doen - over wat er nog maar twintig of dertig jaar geleden is gebeurd, laat staan vijftig of honderd jaar geleden, gewoon nihil is. Dat heeft te maken natuurlijk met de impact van sociale media, waar ik niets op tegen heb. Maar dat hier en nu is tot in het kwadraat. Terwijl inzichten, respect en fascinatie voor grafisch ontwerp recent, tien, twintig, dertig, veertig jaar geleden, zoveel kan bijbrengen tot je denken over wat grafisch ontwerp kan zijn. En dat is iets dat nog onontgonnen is. Zeker gekoppeld aan de geschiedenis van grafisch ontwerp, maar ook zeker aan bepaalde thematieken. Want ook actuele thematieken zijn nog onontgonnen.” Hugo Puttaert

5.1.1.7 Internationale expertise en kennisdeling

Hoewel er veel kennis beschikbaar is, blijkt het moeilijk om docenten en designexperten met een bepaalde expertise te vinden in Vlaanderen. Dit komt omdat Vlaanderen een te kleine regio is waar niet alle designopleidingen en dus ook niet alle designspecialisten te vinden zijn. Het is voor een opleiding belangrijk om gespecialiseerde kennis binnen te halen en te kunnen aanbieden aan studenten. Naast de opleidingen kan er ook voor lezingen en workshops gekeken worden naar het buitenland, zoals Demyttenaere al aangaf als een nood. Interessante sprekers naar Vlaanderen halen zou andere vormen van expertise die hier niet aanwezig is kunnen binnenhalen:

“Het is een stuk ook kip of ei verhaal. Als je dan ziet wie dat hier in België daar rond werkt, dan zijn dat mensen die vaak in het buitenland opgeleid zijn. Het is natuurlijk ook als onderwijsinstelling onze taak of onze uitdaging. Als we niet op van die nieuwe ontwikkelingen zouden kunnen opspringen, ja dan merk je dat de ontwerpers die uitstromen ook niet die bagage meehebben. Dus ik denk dat we vaker expertise in het buitenland ontwikkeld zouden moeten kunnen binnenhalen en hen hierdoor te laten inspireren. [...] Op een goede manier

kennisdelen waar anderen mee bezig zijn buiten je eigen selecte cirkeltje in Vlaanderen dat kan toch wel inspireren. Maar ook net die kennis die hier niet aanwezig is, naar hier halen.”
Wim Buts

“In België zijn er niet zo vaak internationale lezingen. Maar dat is ook iets dat je moet opbouwen. Bozar heeft een heel sterke programmatie in architectuurlezingen bijvoorbeeld. Dat zit vol en is uitverkocht. Maar die hebben daar ook jaren en jaren expertise in gestoken. Terwijl op vlak van design dat nog niet bestaat. Ik zou nu niet een centrum kunnen zeggen van die daar voorhanger in is.” Dieter Van Den Storm

Om de eigen expertise en inhoudelijke kennis te verbeteren geven de meeste respondenten aan dat er hiervoor naar het buitenland gekeken moet worden. Door internationale kennisdeling kan er expertise, en specifieke kennis die hier niet aanwezig is (zie onderzoek en onderwijs), binnen gehaald worden. Denk aan het organiseren van lezingen met internationale sprekers, of internationale samenwerkingsverbanden (deze zullen verder besproken worden onder de tweede deelvraag). Vooral internationaal kennis en expertise delen wordt aangegeven als een nood. Behalve lezingen is het volgens de respondenten leerrijk om te bekijken hoe anderen het aanpakken. Ze willen door uitwisseling en samenwerking de mogelijkheid krijgen om te leren van collega's die ongeveer hetzelfde doen, zowel in binnen als buitenland. Meerdere respondenten geven aan dat ze graag hun eigen expertise zouden verbeteren door in het buitenland een opleiding te volgen of door het deelnemen aan studiereizen:

“Ik kijk effectief soms wel naar het buitenland om een opleiding curator te volgen omdat ik denk van ja, misschien is toch niet slecht. Ik kijk daar wel naar om daar een keer een bepaalde theorie rond te krijgen. Tegelijkertijd, om een tweejarige opleiding in New York te gaan volgen laat ons zeggen, dat zou ook een beetje moeilijk zijn als je bijvoorbeeld werkt. Dus, in die zin, misschien kan dat ook wel iets zijn om meer mensen te stimuleren en een breder kader te maken voor curatorschap binnen design. Dat er eventueel een aantal gastlessen ofzo georganiseerd worden.” Elien Haentjens

5.1.2 Noden onderzoek

Onderzoek kan de maatschappelijke, culturele en artistieke meerwaarde van design in kaart brengen. Volgens de respondenten moet er geïnvesteerd worden in kennisontwikkeling door onderzoek over en door design. Deze kennis kan maatschappelijke opportuniteiten aan het licht

brengen. De visies en inzichten kunnen dan gedeeld worden met bedrijven, overheden en instellingen. Maar ook met het brede publiek, de ontwerpers zelf en het hele design ecosysteem. De kennis die vergaard wordt kan dan ook gedeeld of verworven worden met internationale partners of door internationale partnerschappen.

5.1.2.1 Designkritiek

Voor er dieper wordt ingegaan op de specifieke noden binnen onderzoek, wordt de nood aan designkritiek besproken. Hiervoor is vaak gespecialiseerde kennis nodig. Enkele respondenten geven aan dat inhoudelijke kennisdeling over designkritiek mist over het Vlaamse designveld.

“Ik vind echt wel dat er vanuit de expertise van een aantal mensen of organisaties wel meer kan gedaan worden met wat zij van inzichten hebben. En naar de toekomst meer doordachtere trajecten kunnen opzetten om hun expertise te delen. En ik denk dat op een bepaalde manier die reflectie een waardevol punt kan zijn om op verder te werken. Ook binnen het Kunsten-decreet. Dat is een van de pijlers waar dat binnen vormgeving volgens mij nog niet wordt op ingezet.” Lise Van Tendeloo

Designkritiek wordt vaak gedeeld via publicaties en tijdschriften. Momenteel wordt er door de respondenten een tekort ervaren in de communicatie over en het verspreiden van kritische inhoud over design in het Vlaamse designveld. Omdat design onze levens dagelijks beïnvloedt is het volgens Buts ook belangrijk dat deze informatie gedeeld wordt met een breed publiek via de pers. Hier spreekt hij over een bewustwording over wat design is en kan betekenen in ons dagdagelijkse leven:

“Dan moeten we misschien ook eens naar de pers gaan kijken. We hebben eigenlijk naar mijn gevoel geen goede designpers in ons land. We hebben heel wat mensen die vlot schrijven. We hebben over architectuur wel, en dan zeg ik de weekendbijlages van de grote kwaliteitskranten, daar wordt naar mijn gevoel wel vrij kwalitatief over architectuur geschreven. Maar als het over design gaat, dan gaat het bijna enkel over interieurdesign en gaat het meer over styling. En dat is iets wat wij eigenlijk missen. Een soort van breed aanspreekpunt over design op een toegankelijke manier.” Wim Buts

Doordat er geen platforms zijn die dit soort informatie verspreiden vinden journalisten geen plaats waar ze deze inhoud kunnen delen en inhoudelijk reflectief over design kunnen schrijven. Van

Den Storm en Haentjens schrijven daarom ook voor buitenlandse bladen waarin deze inhoud wel een plaats krijgt:

“We hebben geen gespecialiseerde magazines. Feeling Wonen is al lifestyle in de brede zin vind ik. Qua woonbladen zitten we ook heel beperkt. Maar zo de kritische stem... Af en toe heb je wel eens een stuk dat je eens kritisch kan schrijven. Maar in het algemeen is dat brave journalistiek. Dat is geen journalistiek waar dat je een standpunt inneemt, maar meer verslaggeving.[...] Ik kan hierover nog uren doorgaan. En dat is ook een beetje mijn frustratie. Ik schrijf ook veel voor buitenlandse bladen, omdat dat enerzijds minder concurrentie is dan op de Vlaamse markt en anderzijds verbreed dit gewoon je kijk. En dat geeft mij ook de mogelijkheden om artikels die ik hier niet kan publiceren toch kan publiceren.” Dieter Van Den Storm

Zo heeft ook elk tijdschrift of magazine zijn agenda en is de communicatie over design gekleurd door deze visie. Flanders DC heeft wel nog een online magazine maar hier krijgt designkritiek en reflectie geen plaats. De respondenten missen niet-commerciële communicatie en informatieverstrekking waar over designkritiek en verschuivingen in het designveld wordt gesproken:

“Maar nu zijn dat natuurlijk de media die daarover communiceren. Dus zit het altijd wel al in een bepaald vakje. Terwijl een overheidsorganisatie, of een vzw, die zullen misschien andere keuzes kunnen maken dan wat de media brengen. Misschien iets moeilijker, inhoudelijke keuzes in de plaats van bijvoorbeeld relatief gemakkelijke populaire dingen.” Elien Haentjens

“We hebben wel bij Flanders DC een online magazine maar dat gaat hem dan niet zozeer om de inhoud van het werk maar eerder over hoe designers zichzelf verkopen of hoe ze omgaan met sociale media. Maar dan gaat het hem niet meer over de inhoud van het werk zelf, en daarin was Kwintessens uniek. Het was een tijdschrift met inhoud. Daarin verschilde het van veel van de lifestyle bladen die nu er zijn”. Christian Oosterlinck

5.1.2.2 Onderzoek over design

Wanneer er onderzoek gedaan wordt over design, kan het gaan over onderzoek naar de sociaal economische positie van de ontwerper, over de maatschappelijke meerwaarde van design, naar economische meerwaarde van design, enzovoort. Onderzoek voor design kan op verschillende manieren gebeuren. Bij onderzoek door design gaat het specifiek over onderzoek dat uitgevoerd wordt door designers zelf. Dit gaat dan vooral over artistiek onderzoek. Op dit moment gebeurt onderzoek over design enerzijds binnen universiteiten en onderzoekscentra. De resultaten van deze onderzoeken die vandaag gebeuren blijven vaak enkel binnen het onderzoekscentrum of universiteit en de betrokken spelers en wordt niet gedeeld met het hele veld. De respondenten vinden dat er linken gelegd moeten worden tussen individuele onderzoekers, onderzoekscentra en het designveld zodat deze kennis gedeeld kan worden. Een expertisecentrum zou hier vooral linken kunnen leggen tussen de onderzoekers, het brede designveld en eventueel deze informatie delen met spelers daarbuiten. Deze mening wordt door de meeste respondenten gedeeld:

“Ik denk dat ze daar vooral intermediair moeten zijn en moeten proberen linken te leggen. Bijvoorbeeld met het research center van de KU Leuven en daar projecten aan koppelen. Of met een onderzoeksgroep die meer rond humane onderzoek, rond marktonderzoek doet misschien [...] En onderzoek voor design. Dat ze daar ook voor een stuk de netwerker kunnen zijn, of de bruggenbouwer tussen de andere domeinen en de ontwerper zelf.” Wim Buts

Van Loon ziet hier een mogelijkheid om stuurgroepen samen te stellen om de kennis die door onderzoek verkregen wordt te bundelen en te kunnen communiceren naar het veld toe. Opnieuw kan hier gesproken worden van een versnipperd landschap waarbij onderzoek naast elkaar gebeurt:

“Waarschijnlijk een stuurgroep met een aantal verschillende universiteiten. Want onderzoek gebeurt vandaag de dag in onderzoekscentra en in universiteiten. Daar een soort expertengroep samenstellen lijkt me wel boeiend. Je hebt enerzijds dat soort onderzoek maar je hebt ook meer technologisch onderzoek van een instelling zoals bijvoorbeeld Imec in Leuven. Zo zijn er nog tal van anderen. Met welk soort thema's zijn zij bezig? Ergens is het wel interessant als een expertisecentrum dat zo een beetje probeert te capteren en een stukje inzichtelijk kan maken. Dit een stukje kan vertalen naar het veld toe. Dat denk ik wel dat super boeiend is. Omdat design ook altijd op dat kruispunt zit tussen economisch, technologisch en inhoudelijk artistiek.” Heleen Van Loon

Volgens Buts zijn er op dit moment zijn er geen onderzoeksgroepen die werken met een focus op design terwijl die voor de kunsten en architectuur wel aanwezig in het Vlaamse culturele veld. Deze gespecialiseerde kennis is afwezig doordat er weinig design experts zijn en zoals eerder besproken ook weinig platformen die naar deze expertise vragen:

“Maar we hebben zoals ik zei, dat onderzoek over design, we hebben geen onderzoeksgroepen. Bij mijn weten is er geen enkele onderzoeksgroep op geen enkele universiteit die academisch onderzoek doet naar design. Terwijl er op gebied van architectuur wel onderzoek is over architectuur in Vlaanderen En dat er op het gebied van beeldende kunsten heel veel is. En we hebben eigenlijk geen instellingen. We hebben ook naar mijn gevoel iets minder die onderzoekscentra gelieerd aan een museum. Bijvoorbeeld Metropolitan, die hebben echt wel de grote experts rond design bij hun zitten. Ik heb wel de indruk dat Design Museum Gent daar ook wel naar een nieuwe dynamiek aan het zoeken is en voor een stuk die rol mee wil opnemen. En ik denk ook wel in de projecten die ze de laatste tijd tonen dat die meer onderzoeksmatige aanpak daar is. [...] Maar ik denk ook, we hebben gewoon te weinig platformen die die mensen vragen.” Wim Buts

Het onderzoek dat gebeurt is vaak het project van een individu en beoogt een doctoraat of masterthesis. Als het topic onderzoek aan bod kwam tijdens de interviews werd vaak het onderzoek van Sarah De Bondt aangehaald. Het is enerzijds zeer positief dat er onderzoek gebeurt door designers over design, maar anderzijds ook sprekend dat er maar één voorbeeld kan gegeven worden.

“Ik weet dat er nu een project is rond vrouwen in design, waar Sarah De Bondt mee bezig is. Dat vind ik boeiend. Maar we hebben nu heel weinig mensen die daar rond werken in Vlaanderen, zo heb ik toch het gevoel. En dat we die cultuur ook niet hebben omdat er hier heel erg die tweedeling is tussen de kunsten en design. Waar in het buitenland musea vaak de twee domeinen benaderen en je dan ook wel echt de designhistorici hebt. Die zijn niet zo heel dik gezaaid in België. Dat hebben we ook gemerkt als we zelf zo een docent zoeken. Die zijn echt niet heel dik gezaaid. Dus ik denk dat dat ook een rol mag zijn, dat in kaart brengen van die identiteit. Een identiteit die volgens mij heel divers is, en die volgens mij heel divers moet zijn.” Wim Buts

Voormalig opleidingshoofd Hugo Puttaert spreekt over de tweedeling tussen de kunsten (en alle andere disciplines) en design. Onderzoek is vaak gebonden aan de klassieke onderverdelingen terwijl jonge ontwerpers en onderzoekers steeds vaker zich tussen disciplines bevinden. Puttaert

geeft enkele voorbeelden van recent afgestudeerde ontwerpers die zich tussen disciplines bevinden en moeilijk een plaats vinden om dit soort onderzoek verder te zetten. Hij ziet hier een tekort in de structuren die onderzoek door ontwerpers zouden moeten faciliteren. Er is op dit moment geen schottenloos systeem dat een designer toelaat om onderzoek te doen over disciplines heen:

“Anderzijds, die student van vorig jaar, wat hij doet zit eigenlijk tussen twee terreinen in. Dat is eigenlijk de academische opleiding grafisch ontwerp en de opleiding kunstwetenschappen. Dat is beiden. Maar de structuren zijn er niet op voorzien om dat als één project te bekijken [...] Er zijn een paar doctoraten, één of twee, in Vlaanderen die daar mee bezig zijn, waaronder dat van Sarah De Bondt aan KASK. Fantastisch, ongelooflijk interessant. Maar bijvoorbeeld binnen andere instituten zou het bijna niet mogelijk zijn om met zo een onderzoeksdomein een onderzoek of doctoraat te doen. Met de reden dat ik daarnet zei. Dat is jammer vind ik. Dus dat is zeker een lacune.” Hugo Puttaert

Het beperkte aantal onderzoeken over design kan ook verklaard worden door het Belgische onderwijsstelsel. Er zijn op dit moment geen opleidingen designtheorie of designgeschiedenis. In de opleiding kunstwetenschappen krijgt design volgens Haentjens en Serulus bijzonder weinig aandacht:

“Omdat er ook niet echt een opleiding is van designtheorie. Het vertrekt meestal altijd vanuit de ontwerpers, vanuit een praktijkonderzoek. En niet iemand die er vanuit de theorie of de geschiedenis naar kijkt. Dan zit je direct binnen de kunstwetenschappen. Vanuit de kunstwetenschappen zullen er ook veel minder mensen voor design kiezen, of bijna niemand. Ik heb ook kunstwetenschappen gedaan, en een vriendin heeft over textiel haar thesis gedaan maar dat is ongeveer de enige. De rest is allemaal meer kunst en niet design. Ook omdat dat in onze opleiding eigenlijk amper aan bod kwam. Ik weet niet hoe dit bij de andere universiteiten is natuurlijk, en ondertussen zal de studie wel al geëvolueerd zijn. Maar ik vraag me af hoeveel dat nu aan bod komt. Bij mij alleszins ongeveer niet.” Elien Haentjens

“Ten eerste heb je bijvoorbeeld geen opleidingen rond designgeschiedenis of designcultuur in het academische veld. Dus je hebt wel kunstgeschiedenis in België maar bijvoorbeeld in Nederland heb je designcultures enzovoort. Dus je hebt heel weinig mensen die opgeleid zijn in designgeschiedenis. Ik ga vaak naar congressen van designgeschiedenis en daar zijn wel veel mensen uit Vlaanderen altijd. Maar die zijn dan eigenlijk verbonden aan een departement

architectuur, of een departement kunstgeschiedenis. Die opereren dan een beetje in de marges van die departementen.” Nina Serulus

Dit kan teruggekoppeld worden aan het gedeelte over designkritiek. Het is moeilijk om gespecialiseerde kennis te vinden als er geen aandacht voor is in de bestaande opleidingen, of als er weinig publicatieplekken zijn voor deze kennis. De communicatie op dit moment gebeurt door meer lifestyle gerichte schrijvers en er is op dit moment weinig plaats voor designcritici. Naast het magazine DAMN magazine is er in Vlaanderen geen tijdschrift dat kritisch en inhoudelijk over design communiceert. In een e-mail correspondentie met Rekto:Verso, tijdschrift voor cultuur en kritiek werd naar de reden gevraagd waarom Rekto:Verso niet over Design schrijft. In het antwoord werd de volgende verklaring gegeven:

“Rekto:verso publiceert (te) weinig over design. Er zitten ook niet echt experts in de redactie.” Wouter Hillaert

Er werd niet verder bevraagd of het gebrek aan experts in de redactie komt doordat ze er geen gezocht hebben, of omdat Vlaamse design experten nu eenmaal moeilijk te vinden zijn.

5.1.2.3 Onderwerpen voor onderzoek

De significant others gaven verschillende onderwerpen aan in de noden aan onderzoek en vinden dat een expertisecentrum hier een grote rol in zou kunnen spelen. Enerzijds kan onderzoek de tekortkomingen mappen en kan er gekeken worden hoe deze kunnen worden weggewerkt. Dit kan gaan over het brede designveld maar ook over sub-sectoren binnen design. Ook maatschappelijk onderzoek werd aangegeven als een nood. Als er dan onderzoek gebeurt over design, dan gaat het meestal over de meer economische insteek en wordt er aan het artistiek inhoudelijke, maatschappelijke minder of geen aandacht besteed volgens de respondenten:

‘Onlangs heb ik zelf nog gegevens opgevraagd over het maatschappelijke onderzoek van design. Het laatste is vier of vijf jaar oud. Dus dat is denk ik wel iets van de Vlaamse regering, ook daar op Belgisch niveau bestaat het niet.’ Dieter Van Den Storm

“Vroeger hadden we een afspraak met een aantal universiteiten dat wie zijn thesis wilde schrijven over iemand uit de design-, of craftswereld, dat wij die uitgaven als een monografie van die designer. Zo hebben wij een tiental monografieën uitgegeven. Er zijn te weinig

onderzoeken uit de sector, ook inhoudelijk. Terwijl dat er nu af en toe nog eens een studie gepubliceerd wordt over de creatieve sector en het economisch belang ervan, maar dat is ook het enige [...] Wanneer dat nu er een onderzoek ergens naar het veld gaat, dan gaat het gewoon over hoeveel werkgelegenheid en hoeveel omzet.” Christian Oosterlinck

Inhoudelijk zijn er nog verschillende thema's die aan bod kwamen waar meer aandacht aan geschonken moet worden in onderzoek en kennisdeling volgens enkele respondenten namelijk: ecologie (Lut Pil), diversiteit (Liv Vaisberg), inhoudelijke diversiteit (Hugo Puttaert), namaak en rechtelijk bescherming van ontwerpen (Tom Devoldere),...

5.1.2.4 Onderzoek door design

Zoals eerder toegelicht gaat het bij onderzoek door design specifiek over onderzoek dat uitgevoerd wordt door designers zelf. Inhoudelijk gaat dit gaat dan meestal over artistiek onderzoek. Huybrechts en Buts bespreken de nood aan onderzoek door design. Het is volgens hen noodzakelijk om bewustzijn te creëren bij overheden, instellingen en bedrijven over de meerwaarde van onderzoek door designers aan te tonen. Volgens Buts is de cultuur van onderzoek door designers nog onvoldoende aanwezig in Vlaanderen en is er nood aan een actor die de waarde hiervan bij andere actoren kan aantonen. Hij vindt dat onderzoek door design meer kansen moet krijgen in Vlaanderen. Een belangenbehartiger zou voor bewustzijn kunnen zorgen bij alle actoren in Vlaanderen over de meerwaarde van onderzoek door designers. Buts omschrijft de functie als een soort Vlaamse designbouwmeester:

“Ik denk dat de designers zelf vooral de plek moeten krijgen om onderzoek door design te doen. En daar zit dan toch weer ergens die designbouwmeester, of designmeesterfunctie misschien. Om mensen warm te maken om ook designers ook in je omgeving aan onderzoek te laten doen.” Wim Buts

Onderzoek staat volgens Buts aan de basis van vernieuwende praktijken. Hij maakt de vergelijking met het buitenland en stelt dat er meer ruimte voor onderzoek door design nodig is en dat dit soort onderzoek de voedingsbodem zou kunnen zijn voor kwaliteitsvol ontwerp. Door dit tekort aan te pakken en voor meer onderzoeksmogelijkheden en experiment te zorgen zou volgens Buts de kwaliteit van de ontwerpen ten goede komen:

“Maar dat er daar wel ergens de platformen moeten kunnen ontstaan waar studenten daar hun verdere praktijk rond kunnen opbouwen. Dat is voor hun wel belangrijk, dat die mogelijkheden op termijn gaan ontstaan. Ik denk dat we in onze designregio allemaal vrij goede kwaliteitsvolle ontwerpers hebben, van heel industrieel ontwerp tot meubelontwerp, andere vormen en alles ertussen. Maar we hebben heel weinig mensen waar je van kan zeggen dat ze echt een wereldschokkende vernieuwende praktijk hebben en dat ze mee op de voorlinie staan van soort van nieuwe ontwerppraktijk. En dan kijk ik gewoon nog maar Europees. Ik denk dat daar misschien meer ruimte voor onderzoek en experiment moet kunnen ontstaan. Hetzij gefund door de industrie, hetzij gefund door de overheden.” Wim Buts

Om aan ontwerpend onderzoek te kunnen doen wordt er vooral naar het buitenland gekeken voor opdrachten en ondersteuning omdat er in Vlaanderen te weinig mogelijkheden zijn. Later wordt er dieper ingegaan op het gebrek aan middelen (zie deelvraag 4). Huybrechts gaat hier ook dieper in op de mogelijkheden en de manieren waarop onderzoek uitgevoerd kan worden. Design kan door het toepassen van andere onderzoeksmethoden kennis vergaren, al worden vandaag veeleer de klassieke onderzoeksmethoden gebruikt die niet noodzakelijk de beste match zijn voor design onderzoekers. De manier van onderzoek doen is een terrein waar volgens Huybrechts nog veel te ontdekken valt:

“In het algemeen zijn in Vlaanderen veel te weinig mogelijkheden om aan ontwerpend onderzoek te doen. Wij zetten bijvoorbeeld heel fel in op Europese programma’s omdat Vlaanderen heel weinig aanbod heeft. Je hebt het Kunstendecreet, maar dat zijn super kleine projecten. Om dan echt consortia te gaan vormen tussen verschillende instellingen, daar zijn die middelen gewoon te beperkt voor. [...] Het jammere in designonderzoek op dit moment is dat er nog heel veel onderzoek gericht is op het gebruik van klassieke sociaalwetenschappelijke methoden om dan daarna je ontwerp te voeden. Bijvoorbeeld: heel veel data verzamelen. Ik denk dat we nog veel onderzoek nodig hebben om te begrijpen hoe dat we doorheen ontwerp, door bijvoorbeeld te tekenen, te fotograferen en te bouwen, ook kennis kunnen verzamelen.” Liesbeth Huybrechts

5.2 Deelvraag 2

Wat zijn belangrijke elementen om een duurzame relatie tussen significant others en ontwerpers te kunnen ontwikkelen en voort te zetten?

5.2.1 Noden netwerking

Hierboven werd onderzocht welke kennis de significant others nodig hebben om hun werkzaamheden te kunnen uitvoeren. In die werkzaamheden is de vraag welke de belangrijke elementen en instigatoren zijn richting duurzame relaties met ontwerpers. Wat de significant others nodig hebben in deze samenwerkingen zou aan het licht kunnen brengen op welke manier deze relaties verbeterd kunnen worden. Onder deze deelvraag wordt een antwoord gezocht op hoe op dit moment deze relaties worden ontwikkeld en voortgezet. Vooreerst liggen twee zaken aan de basis van samenwerking tussen significant others en ontwerpers: persoonlijke contacten en ongeplande samenwerkingen. Het valt op dat de meerderheid van significant others vindt dat ontwerpers toegankelijk en bereikbaar zijn. Omdat respondenten zoals journalisten, curatoren, galeries etc. het werk van de ontwerpers promoten en ondersteunen werken ontwerpers graag samen met hen. De meeste respondenten bieden de ontwerpers opportuniteiten in de verdere ontwikkeling van hun carrière. Hierdoor is het gemakkelijk om met de ontwerpers samenwerkingen aan te gaan:

“Iedereen krijgt graag aandacht en een publicatie van De Standaard staat natuurlijk wel mooi. Ik heb eigenlijk nooit echt problemen ondervonden om tot bij de grote ontwerpers te gaan. Vaak is het gewoon zo dat ontwerpers heel toegankelijk zijn. Dat anders in de mode sector. Dan moet je voorbij hun agent, of voorbij hun publicist. Die kan je niet gewoon rechtstreeks bellen. Maar bij ontwerpers wel. In ons veld zijn die wel heel toegankelijk. Dat is wel een gemakkelijkerheid.” Dieter Van Den Storm

“Ik denk dat dat enerzijds misschien de Belgische context is. Er zijn veel ontwerpers maar uiteindelijk is de wereld toch ook relatief klein. Dus je kan snel met iedereen in contact komen. En anderzijds zijn ontwerpers ook wel heel toegankelijk. Met de ene persoon verloopt dat al wat vlotter dan met de andere natuurlijk. En natuurlijk vanuit mijn journalistiek werk kom ik met veel mensen in contact. Na een aantal jaar zijn dat er honderden, zo niet duizenden. Dus dan is het niet meer zo vanzelfsprekend om al die contacten op te volgen. Maar het is ook niet omdat je lang geen contact hebt gehad met iemand dat je niet na een jaar een mail kan sturen met ‘hé hoe gaat het er mee’.” Elien Haentjens

De samenwerkingen tussen ontwerpers en significant others komen meestal niet planmatig tot stand. Als de inhoud van het werk van de ontwerper aansluit bij een tentoonstelling of bij het thema van een artikel, kan de respondent er voor kiezen om een samenwerking aan te gaan. De samenwerkingen zijn dus meestal afhankelijk van de inhoud van het werk van de ontwerper. De journalist wil een goed artikel schrijven en een curator gaat dan weer inhoudelijk op zoek naar

een match voor het thema van de tentoonstelling. Beide actoren bieden de ontwerper zichtbaarheid. De samenwerking tussen de respondenten en ontwerpers start meestal door een spontane ontmoeting. Er worden drie belangrijk elementen aangegeven die de instigator zijn voor een ontmoeting, en later een samenwerking: persoonlijke netwerken, events en sociale media.

5.2.1.1 Persoonlijke netwerken

De eerste ‘ontmoetingsplaats’ zijn de persoonlijke connecties en het netwerk dat de significant others uitgebouwd hebben. Het persoonlijke netwerk van de respondenten creëert informele ontmoetingen. Wanneer een promotionele organisatie zoals Flanders DC een artikel wil schrijven over de recent afgestudeerde ontwerpers contacten ze hiervoor de contacten die ze hebben bij de hogescholen. Een ander voorbeeld is de designwinkel ‘De Beste Kamer’ van Tom Devoldere in Kortrijk. De docenten van hogescholen en universiteiten uit de buurt verwijzen pas afgestudeerde ontwerpers door naar Devoldere voor een samenwerking, of feedback. Het persoonlijke netwerk van Devoldere zorgt ervoor dat enkele jonge ontwerpers in Kortrijk de kans krijgen om op een commerciële manier kennis te verwerven en feedback te krijgen. Dit is een zeer waardevolle samenwerking voor een beginnende ontwerper:

“Als het gaat over ontwerpers dan houden we onze ogen open en we hebben ook contacten met de ontwerpschool hier in Kortrijk. We kennen die docenten wel redelijk goed. Zij geven af en toe wel een tip aan de ontwerpers van: je hebt hier iets gemaakt, als je wat feedback wil van een winkel over hoe dat commercieel zou geapprecieerd worden, ga dan een keer langs bij De Beste Kamer. Dat gebeurt wel af en toe dat we studenten zo over de vloer krijgen. En dat vinden we best leuk. En denk ook dat dat een goede oefening is voor die studenten om een keer tot bij een winkel te gaan waar dat zo iets zou kunnen verkocht worden. En dan kunnen wij wel feedback geven over hoe dat wij denken dat onze klanten daar zouden tegenover staan.” Tom Devoldere

Deze samenwerkingen niet altijd vanzelfsprekend. Het zijn dan ook geen structurele samenwerkingen. Dit zou gestimuleerd kunnen worden want niet elke designwinkel zal deze stap zetten. Devoldere staat als winkel met één voet in het economische en één voet in de symbolische logica. Hij kan zijn diensten niet belangeloos aanbieden omdat zijn eigen economische belang voorop komt. Devoldere speelt hierin een belangrijke schakel in het aanmoedigen van het professionaliseren van de ontwerpers en voor het ontwikkelen van hun praktijk. Doordat Devoldere jonge

ontwerpers de kans geeft om hun product in de markt te zetten kan de ontwerper hierdoor symbolisch kapitaal verzamelen en dit zal zich later omzetten in financiële opbrengsten:

“En als ze dat dan wel al beseffen, en je hebt dan een product dat werkt, dan blijft dat één persoon die ergens een atelier aanspreekt. Zelfs als je dan een klant hebt die dat dan wil bestellen, dan is de ontwerper niet genoeg georganiseerd om dat dan ook te gaan produceren. Dus naar levertermijn en naar kwaliteit toe is dat geval per geval op te volgen. Dus dat is ook veel moeilijker commercieel om dan echt te zeggen van we gaan systematisch op die manier gaan werken. Alhoewel dat we wel heel graag doen. Want dat zijn meestal creatieve enthousiaste mensen.” Tom Devoldere

Doordat deze netwerken persoonlijk en niet structureel georganiseerd zijn, is er voor organisaties geen overzicht beschikbaar van designers en kunnen ze zich niet in deze netwerken begeven. Nina Serulus van VAI zegt eerder nood te hebben aan een intermediaire organisatie die een goed netwerk heeft met de ontwerpers vandaag zodat zij ook gebruik kunnen maken van dat netwerk. Zij proberen vandaag ontwerpers te sensibiliseren rond archivering maar hebben niet het overzicht over het hedendaagse ontwerpveld:

“Voor ons vanuit het VAI is het ook altijd interessant om een partner te hebben die die expertise heeft zodat we dit kunnen bundelen in een project, en we zo die brug kunnen slaan naar het heden. En kunnen samenwerken met een partner die een netwerk heeft opgebouwd met hedendaagse ontwerpers. [...] Wij proberen ook heel hard vandaag ontwerpers te sensibiliseren om hun eigen archief op orde te houden en te bewaren. We hebben hierover in het verleden verschillende workshops gedaan. Bijvoorbeeld de laatste was denk ik een jaar geleden in Kortrijk met Designregio Kortrijk. Zij hebben dan die workshop verspreid via hun communicatiekanalen. En dan hebben we een workshop gegeven voor ontwerpers daar. Dus voor ons is dat ook heel interessant eigenlijk om een partner in het veld te hebben die heel dat netwerk heeft.” Nina Serulus

5.2.1.2 Events

Wanneer significant others aanwezig zijn op events, meestal gelinkt aan hun professionele praktijk, is dit vaak de plaats waar ze designers ontmoeten. Dit zijn meestal de evenementen die onder de eerste deelvraag werden besproken: open calls, jury's, commissies, beurzen, lezingen, conferenties, workshops, en andere nationale of internationale designevents. Elke significant other

heeft zo zijn voorkeur van events, afhankelijk van welk beroep ze uitoefenen. Van Loon is curator en komt door de selecties voor de trajecten talentontwikkeling in contact met ontwerpers. Devoldere zal eerder een beurs bezoeken. Tijdens de interviews werden ook de belangrijkste netwerkmomenten bevraagd die samenwerking initiëren tussen de respondenten en ontwerpers. Door te zetelen in een adviesraad of in een jury komt Dedeken in contact met ontwerpers:

“Dat zijn eigenlijk dingen die ik nooit forceer. Ik zit ook in de adviesraad van Interieur dus ik kom ook wel met veel ontwerpers in aanraking. Bij mij moet de samenwerking iets spontaan zijn. Creatie mag niet in de weg gestaan worden door bepaalde belemmeringen rond materiaalkeuzes of bepaalde disciplines die ze niet beheersen, of budgetten, of contracten die vooropgesteld worden.” Ilse Dedeken

Haentjes geeft het voorbeeld van lezingen. Naast het verkrijgen van artistiek inhoudelijke kennis en inspiratie zijn lezingen meestal ook plaatsen waar ontmoetingen met ontwerpers tot stand komen. Haentjes onderstreept de meerwaarde van ontmoetingen in het echt die kunnen resulteren in samenwerkingen:

“Ik was bijvoorbeeld naar een lezing geweest in België over design waar dat er ontwerpers hun werk kwamen voorstellen. En daarna heb je dan wel heel dat netwerk aspect natuurlijk. Ik had wel iets geleerd over die drie ontwerpers, die ik eigenlijk al goed kende. Maar als een ontwerper zijn of haar eigen werk voorstelt krijg je toch altijd weer andere inzichten. Dus dat is toch weer interessant. En daarna dat netwerkaspect, daar zijn weeral interviews uitgekomen. Mensen in het echt ontmoeten - denk dat dat misschien de basis is, en zeker in deze periode – en een enorme meerwaarde dan via een scherm of via mail.” Elien Haentjens

Naast lezingen worden de beurzen vooral aangegeven als belangrijke ontmoetingsplaats. De meeste significant others zijn op deze, meestal buitenlandse, beurzen aanwezig:

“Voor mij zijn dat vooral de beurzen die georganiseerd worden waar dat ik de ontwerpers leer kennen. Of niet meer zo veel ontwerpers leer kennen. En dan alles wat dat er rond die beurzen gebeurt. Als je ergens op een stand staat komen mensen zich bekend maken.” Christian Oosterlinck

Ten slotte worden ontwerpers opgepikt via sociale media en zijn ze heel toegankelijk via sociale media. Vaak leren de significant others ontwerpers kennen via bijvoorbeeld Instagram. Jacobs

geeft een voorbeeld van een samenwerking die tot stand is gekomen doordat ze een ontwerper leerde kennen via Instagram:

“Voor ons is de Biënnale van Venetië heel belangrijk. Heel belangrijk om daar mensen te leren kennen en te ontmoeten ook. En dan is dat ook een beetje via via eigenlijk. De architecten of kunstenaars waarmee we al werken verwijzen ons door naar andere kunstenaars of architecten. Wij vragen dit ook zelf aan hen. Dus dat kan op heel veel verschillende manieren. Instagram is ook een goede manier. Degene die nu een show hier heeft heb ik leren kennen op Instagram. Dus in de vrije tijd nog zo veel mogelijk proberen te ontdekken.” Amaryllis Jacobs

De plaatsen waar significant others ontwerpers ontmoeten zijn verschillend en afhankelijk van het beroep van de significant other. Er zijn op dit moment weinig structurele netwerkevents die specifiek focussen op ontmoeting en netwerking tussen ontwerpers en significant others. Volgens Buts zijn de netwerkmomenten gefragmenteerd, en voelen ontwerpers zich daarenboven vaak niet altijd aangetrokken tot het soort events die beschikbaar zijn. Buts wijst erop dat de praktijken van de ontwerpers ook heel uiteenlopend zijn. Om hiervoor uniforme netwerkmomenten te voorzien is niet eenvoudig;

“Ontwerpers zijn van nature niet altijd de beste netwerkers maar er zijn toch een paar geboren netwerkers. En er zijn ook heel veel ontwerpers die zich daar heel afzijdig van houden en die netwerken eerder als “UNIZO” en “Voka” events zien, maar zichzelf als ontwerper daar minder in gaan herkennen. Op zich is het wel moeilijk om een uniforme manier van netwerken te voorzien omdat ontwerpers hun eigen praktijk op een verschillende manier zien en beleven. Want vaak zijn die events dan net gericht op mensen die autonoom zijn, of zelfstandig werken als ontwerper. Maar bijvoorbeeld een ontwerper die binnen een studio werkt of binnen een ontwerpafdeling binnen een bedrijf werkt, voelt zich daar dan vaak weer niet tot aangetrokken.” Wim Buts

5.2.1.3 Geen structurele ontmoetingsplaatsen

Er zijn op dit moment weinig structurele netwerkevents of structurele ontmoetingsplaatsen waar Vlaamse ontwerpers en significant others elkaar kunnen ontmoeten. Voor Devoldere zouden deze connecties wel meer uitgewerkt mogen worden. Hij geeft een voorbeeld van een samenwerking die tot stand kwam dankzij een project van de Stad Kortrijk waarbij hij de kans kreeg om samen

te werken met een grafisch ontwerpduo uit Rijsel. Devoldere zou dit soort projecten graag meer structureel ingebed zien om zo meer samen te kunnen werken met ontwerpers:

“Een algemene connectie met ontwerpers mag echt wel wat uitgebouwd worden. Wij gaan nu zelf echt op zoek. Wij gaan naar Milaan en naar de beurzen. Als je daar niet naartoe gaat dan is het moeilijk om met die mensen in contact te komen, want die zijn ook gewoon heel verspreid. Dus dat zijn echt de momenten om die contacten te leggen en die mensen te leren kennen. Dus het feit dat die beurzen er niet zijn is nu ook echt een probleem om nieuwe mensen te leren kennen [...] Maar als je echt een goed plan hebt hoe dat je iets wil gaan doen, bijvoorbeeld een samenwerking met een designer, dan is er af en toe zo een initiatief. Zoals de stad Kortrijk nu gedaan heeft, dat is heel tof. Denk dat dat uiteindelijk met Europese centen is dat ze dat gedaan hebben. Maar dat is eigenlijk een one-off. Dat is geen continu systeem. Voor mij zou er zo een systeem mogen zijn waar er elk kwartaal een call is waar je een plan kan indienen als eenmanszaak of als winkel voor een groeitraject. En dat kan dan bijvoorbeeld met een ontwerper zijn.” Tom Devoldere

De netwerkevents die georganiseerd worden zijn vaak gefragmenteerd omdat er dikwijls op een subveld gefocust wordt. Er zijn events voor ontwerpers die autonoom en zelfstandig werken, maar een ontwerper die binnen een studio werkt of binnen de ontwerpafdeling van een bedrijf zal zich hier niet snel tot aangetrokken voelen. Bovendien zijn de initiatieven die er zijn vaak lokaal en dekken niet het brede designveld. De netwerkopportunities zijn aldus vrij gefragmenteerd:

“Ik mis er wel die het hele brede veld afdekken. Dus je hebt heel wat lokale initiatieven die dan regionaal niet alles gaan afdekken. En je hebt dan ook initiatieven die op ondernemerschap gericht zijn. Maar eigenlijk wordt zowel geografisch als inhoudelijk in de meeste netwerkmomenten die er nu zijn alles vrij fragmentarisch aangepakt. Er is geen echte koepel of containerplek waarin dat eigenlijk verschillende type ontwerpers (mensen die meer op een artistieke manier bezig zijn, mensen die meer aan de industrie gelieerd zijn,...) waar die elkaar kunnen ontmoeten. [...] Maar ook hebben ze vaak ieder hun eigen niche waardoor het een beetje, naar mijn gevoel, altijd dezelfde scene is die zich in een bepaalde netwerkomgeving blijft herontdekken of elkaar blijft ontmoeten. Dus een plek waar dat je dit volledig zou kunnen opentrekken over design disciplines heen, of over regionale contracten heen, waar een echt contact gelegd wordt, die zijn er misschien te weinig op dit moment.” Wim Buts

Vanuit het perspectief van Integrated blijkt moeilijk om als conferentie het brede ecosysteem en bijvoorbeeld ook opdrachtgevers te bereiken. Het doelpubliek zijn in eerste instantie de studenten, maar uiteindelijk willen ze ook de brede cultuursector kunnen aanspreken waaronder specifiek opdrachtgevers en bedrijven. Het blijkt moeilijk om ook hen massaal te bereiken:

“Bij voorkeur ook mensen vanuit een breder cultureel economisch veld, dus opdrachtgevers. Maar ik moet zeggen, dat is niet massaal gelukt. We merkten wel dat het moeilijk is om opdrachtgevers of mensen uit de bedrijfswereld daar naartoe te krijgen. Dat gebeurde wel, maar niet massaal moet ik eerlijk zeggen. Want het is natuurlijk gemakkelijk om voor eigen kerk te preken. Enerzijds is het in eerste instantie toch voor studenten, maar toch wouden we dat breder maken. Maar dat is moeilijk. Dat is niet evident.” Hugo Puttaert

Wanneer gevraagd naar ontmoetingsplaatsen en netwerkmogelijkheden werd de voormalige designgalerie van Design Vlaanderen enkele keren aangehaald als een belangrijke ontmoetingsplek door enkele significant others. Er werden geen andere tentoonstellingsruimtes als voorbeeld gegeven waar Vlaamse ontwerpers en significant others elkaar kunnen ontmoeten. Haentjens wijst er op dat er hierdoor heel wat ontmoetingsmomenten zijn weggevallen:

“Op Belgisch niveau denk ik dat er eigenlijk niet zoveel momenten zijn om te netwerken binnen de designsector. Vroeger met Design Vlaanderen [...] was er de galerij en dat was elke keer wel een moment waarop dat mensen uit de sector samen kwamen en konden netwerken. En ja, sinds dat dat weggevallen is zijn dat ook wel heel veel momenten die weggevallen zijn. [...] Zo een centrale plek waar dat jonge ontwerpers, of minder jonge ook, op regelmatige basis nieuw werk kunnen tonen, dat zou niet zo slecht zijn.” Elien Haentjens

5.2.1.4 Duurzaamheid

Op het gebied van duurzaamheid zijn de samenwerkingen met ontwerpers meestal van korte duur omdat ontwerpers meestal projectgebonden werken (De Heusch et al.). Voor een journalist is dit meestal enkel voor een artikel, voor een curator voor een tentoonstelling, bij een galerie zal de samenwerking meestal niet langer duren dan een jaar, een promotionele organisatie werkt projectgebonden etc. Het is niet zo dat deze samenwerkingen structureel zijn en een ontwerper langdurig op de steun van een significant other kan rekenen. Deze korte samenwerkingen zijn volgens Dedeken eigen aan de sector:

“Wat dat ik merk in de designwereld, of in de ontwerperswereld, of in de kunstenwereld, is dat dat vaak veel vluchtiger is. Ik denk ook dat de tijd dat een bedrijf zich engageert om jarenlang met dezelfde designer samen te werken, dat dat wat voorbij is. Ik denk dat dat voor beide partijen, en voor de designer zelf, te weinig uitdaging geeft.” Ilse Dedeken

Wanneer een ontwerper niet vertegenwoordigd wordt door een designlabel of een galerie, vormen promotie en zichtbaarheid via andere significant others belangrijke ondersteuning. De duur van de samenwerking is dus niet noodzakelijk een probleem als de ontwerper op de steun kan blijven rekenen van het hele veld, en kan netwerken om nieuwe opportuniteiten te vinden. De projectgebonden werkwijze is daarentegen niet de enige reden dat de samenwerkingen tussen significant others en ontwerpers van korte duur zijn.

5.2.1.5 Voorwaarde samenwerking: professionaliteit ontwerpers

Een ander element dat de respondenten aangeven dat van belang is in het ontwikkelen van een duurzame relatie met een ontwerper, is de professionaliteit van de ontwerpers. De professionaliteit van de ontwerpers kan op twee manieren geïnterpreteerd worden. Enerzijds is er de kennis over de werking van het designveld en over de mogelijkheden binnen het huidige Vlaamse design ecosysteem. Anderzijds is er de kennis over de zakelijke kant, het benaderen van opdrachten en de samenwerking met opdrachtgevers. Het verbeteren van de professionele kennis van de ontwerpers zou de samenwerkingen tussen significant others en ontwerpers kunnen bevorderen.

De designers hebben na afstuderen volgens enkele respondenten onvoldoende kennis van het designveld waarin ze terechtkomen. Dit gaat dan over de mogelijkheden en opties van een inhoudelijke richting die ontwerpers met hun praktijk uit kunnen gaan. Dit hangt samen met de kennis over het huidige Vlaamse designlandschap en de mogelijkheden binnen het veld. Ze komen als het ware uit een artistiek academisch vacuüm, gekleurd door de hogeschool of universiteit waaraan ze afstuderen. In deze bubbel krijgen studenten niet of onvoldoende kennis mee over andere designopleidingen of zijn zich onbewust van de inhoudelijke nuances die zich hierbinnen kunnen voordoen. In de volgende citaten gaat het dan vooral over pas afgestudeerde ontwerpers en de kennis die ze nodig hebben hun carrière te kunnen starten. Dit kan gaan over hoe ze zichzelf kunnen profileren en over welke richting ze willen uitgaan met hun werk. Deze kennis en het bewustzijn over het eigen werk is noodzakelijk om dit te kunnen communiceren naar potentiële opdrachtgevers:

“Ik vind ook een beetje dat dat in de opleidingen mankeert. Dat de studenten daar niet op voorbereid worden. Hoe dat het echte leven is. Want je valt echt totaal in een vide na je studies. Je bent omringd met mentoren en opeens is dat gedaan. En dan sta je daar. De meesten weten ook niet of ze zelfstandig willen beginnen of in een bedrijf willen werken. Dat is ook een beetje afhankelijk of dat je een master of een professionele bachelor hebt. Maar hoe pak je dat het best aan? Welk portfolio kan ik best maken? Hoe presenteer ik mij? Welke teksten moet ik schrijven?” Siegrid Demyttenaere

“Hoe kan je als pas afgestudeerde ontwerper, maakt niet uit van welke discipline, contact zoeken met organisaties of met bedrijven of met andere studio’s? Hoe kan je opdrachten benaderen? Als grafisch ontwerper wordt je daar heel vaak mee geconfronteerd.” Hugo Puttaert

Anderzijds is er de meer commercieel zakelijke kennis waarin een bepaalde professionaliteit van een ontwerper vereist is. Om de relatie tussen de significant others die op een commerciële wijze met ontwerp bezig zijn en de ontwerpers te verbeteren, moet volgens de significant others de professionaliteit van de ontwerpers beter. Dit kwam vaak naar voor in de gesprekken met de beurzen, designwinkels en designlabels. Ze spreken vooral over ontwerpers die net afgestudeerd zijn en ontwerpers die aan het begin van hun carrière staan. In de commerciële samenwerkingen zijn er noden om de partnerschappen beter te doen verlopen. Devoldere stelt vast dat het moeilijker is om commercieel rendabel samen te werken met jonge ontwerpers die niet door een bedrijf of een designlabel ondersteund worden. Hij spreekt voornamelijk over de zakelijke kennis die ontbreekt over prijszetting van een product, de productie en de logistiek. Als er uiteindelijk toch een samenwerking tot stand komt met een jonge ontwerper, zijn ze niet georganiseerd om het product ook te produceren, al dan niet in grote aantallen. De kwaliteit is dan ook niet altijd verzekerd:

‘Eigenlijk zouden zij een soort counterpart nodig hebben die dan de meer zakelijke delen van hun bedrijfje op zich neemt. Iemand die zich bezighoudt met marketing, met prijs, met logistiek, orderverhandeling, ... Dus dat zijn zo twee werelden. Dat is wel een constante eigenlijk in de voorbije jaren als we met lokale jonge ontwerpers werken. Dat zij daar mee worstelen [...] Want heel dikwijls zitten die jonge ontwerpers wel met goede ideeën, maar ze staan er alleen voor en dat merk je. De school begeleidt hen tot op een zeker niveau. Maar iemand moet het dan ook doen. Maar dat is nog altijd maar een plan, en geen bedrijf die daar achter zit.’ Tom Devoldere

Devoldere zou graag meer samenwerken met Belgische designers als er een soort kwaliteitscontrole of selectie is gebeurd van ontwerpers die meer professioneel werken. Mocht er een databank of label beschikbaar zijn met een overzicht van Vlaamse professionele ontwerpers zou hij hier graag gebruik van maken:

“We zouden eigenlijk heel graag samenwerken met meer Belgische ontwerpers, maar het is gewoon moeilijk om daar een commercieel verhaal aan te breien. [...] Een pool van ontwerpers die wel professioneel bezig is, beschikbaar op een databank, of met een label. Mochten daar initiatieven van bestaan...” Tom Devoldere

Er worden ook voorbeelden gegeven van designercollectieven die door samenwerking net de meer zakelijke kant van het proces kunnen delen, wat de professionalisering ten goede komt en de last voor de ontwerpers verkleint. Devoldere ziet hoe het groeperen van ontwerpers hen sterker kan maken in de samenwerking met designwinkels, en in het algemeen in het verkopen van hun werk:

“Die ontwerpers hebben ook meestal maar één of twee producten. Eigenlijk zou het nog gemakkelijker zijn als die ontwerpers zich groeperen en dat je koopt van die groepering. Dat zou voor die ontwerpers een grote ontlasting zijn. En dat zou voor ons ook makkelijker zijn. Als je hen ontziet van heel het organisatorische en logistieke waarbij dat ze zelf gewoon moeten zorgen dat hun producten er zijn. Maar dat ze verder met de afhandeling zich niet moeten gaan bezighouden. [...] Ik denk dat daar zeker een grote kracht in ligt als je naar buiten kan komen als groep. Want dan heb je als winkel ook een grotere pool om producten uit te selecteren. Dus zoiets kan voor beide partijen interessant zijn denk ik.” Tom Devoldere

Hoe designers zich sterker naar buiten kunnen brengen door zich te presenteren en verenigen als collectief lijkt Lise Van Tendeloo van Designregio Kortrijk een interessant onderzoeksobject. Ontwerpers zouden elkaar kunnen versterken door samenwerking startende vanuit hun eigen werk. De kennis verworven door het onderzoek zou regionale actoren kunnen verder helpen door dat zij deze kennis verder kunnen delen met de ontwerpers:

“Hetgeen dat in de landschapstekening ook aan bod kwam: collectieven die zich beginnen te ontwikkelen, dat vind ik wel een interessante. Zoals hoe BRUT zich heeft ontwikkeld. Hoe dat zij zijn gaan samenwerken omdat we dat zelf ook heel interessant vinden. We denken zelf ook na over hoe we individuele designers toch een stap kunnen vooruithelpen, maar dan meer

vanuit hun eigen werk. Wat doen zij, en hoe kunnen ze elkaar ondersteunen. Dat lijkt mij een zeer interessant topic waarin dat we naar meer kennis op zoek zijn. Daar zouden we graag meer over willen weten, en onderzoek naar doen.” Lise Van Tendeloo

Omdat er meestal geen economisch voordeel behaald kan worden door samen te werken met jonge ontwerpers die aan het begin van hun carrière staan, zijn deze samenwerkingen ook niet zo veelvoorkomend. Een designwinkel of label heeft de luxe om te kiezen met welke ontwerpers ze wensen samen te werken. Voor ontwerpers is de mogelijkheid om met de voorgaande significant others samen te werken niet zo vanzelfsprekend. Maar enkelingen krijgen de kans om op deze manier bij te leren, feedback te krijgen en zich zo verder professioneel te kunnen ontwikkelen. Dedeken geeft aan graag meer samen te willen werken met ontwerpers indien er ingezet wordt op de professionaliteit:

“Net afgestudeerden kunnen zo net dat duwtje van jou nodig hebben om dat prototype te ontwikkelen om dan verder zelf een eigen weg uit te stippelen. Verilin is en blijft natuurlijk ook een onderneming, een gezonde onderneming, die ook gezond moet blijven. Wij moeten het uiteindelijk ook hebben van onze sales. Dus dat is uiteindelijk ook maar een onderdeel van wie dat we zijn. Ik vind het ook wel fijn en boeiend om wakker gehouden te worden door jonge mensen die je inspireren of die je andere denkpistes aanleren.” Ilse Dedeken

5.2.1.6 Professionaliseren van het hele designveld

Wat veelvuldig naar voor kwam tijdens de gesprekken was de positie van de galeries in het Vlaamse designlandschap. Zij vervullen een belangrijke rol voor het promoten van de designers maar houden het vaak niet zo lang vol. Dit resulteert in weinig toonplaatsen en ontmoetingsplaatsen voor ontwerpers en significant others. Collectible probeert voor ontwerpers een platform te bieden omdat ook niet elke ontwerper binnen het format van een galerie past. Volgens Vaisberg hebben galeries een hele belangrijk rol in het ecosysteem van het designveld in de promotie van het werk van ontwerpers. Er wordt naast de professionaliteit van de ontwerpers ook de professionaliteit gehele designsector als nood besproken. Sommige actoren zijn zowel actief binnen de kunstensector als de designsector en kunnen op deze manier een vergelijking maken:

“Ik vind onze Collectible designwereld heel amateuristisch in vergelijking met de kunstwereld. Ik vind dat designers soms heel goed zijn om producten te verkopen, en ze zijn ook meer praktisch. Maar de hele designwereld in zijn geheel is niet zo professioneel. En er zijn heel

weinig galleries [...] Je hebt heel veel galleries die beginnen en die stoppen. En die zeggen dan ‘wij zijn een galerie’, maar ze zijn niet echt een galerie. Ze zijn meestal of een winkel, maar een winkel is een ander model. Een galerie moet een designer of een kunstenaar tonen. Je bent een soort van agent voor de designer. Je moet de designer in musea verkopen, je moet echt de carrière steunen. Maar veel mensen beginnen een galerie en hebben geen idee. En dat is wat ik ook interessant zou vinden. En een expertisecentrum, dat is niet alleen voor de designer, maar dat is voor het hele ecosysteem van design. De designers zijn natuurlijk de kern, maar dan heb je nog de galleries, beurzen, journalisten, musea,...” Liv Vaisberg

Jacobs vertelde in het gesprek hoe moeilijk de eerste jaren van de opstart van Maniera verliepen, en dat ze eigenlijk heel veel ondersteuning nodig hadden. Nu krijgen ze zelf vaak vragen van startende galleries maar omdat het zo een competitieve wereld is wordt deze informatie niet gedeeld. Wanneer er gevraagd werd naar de onderwerpen waarnaar de significant others graag meer over te weten willen komen, kwam aan bod kwam was de aanwezigheid van designgalleries in Vlaanderen aan bod kwam. Jacobs vraagt zich af waarom het zo moeilijk is om als galerie staande te blijven en Dedeken zou graag een overzicht hebben van welke designgalleries er nu precies in Vlaanderen zijn.

“Ik zou het bijvoorbeeld wel interessant vinden moest er een platform zijn rond alle galleries in Vlaanderen. Dat die allemaal een keer mooi in kaart gebracht worden.” Ilse Dedeken

5.3 Deelvraag 3

Hoe kan een expertisecentrum inspelen op de versterking van het netwerk tussen de significant others onderling?

5.3.1 Netwerkmomenten voor significant others onderling

Zoals in het voorgaande hoofdstuk besproken wordt zijn er niet zo veel momenten om elkaar te ontmoeten. Netwerken door significant others onderling gebeurt meestal op dezelfde evenementen waar ze ook de ontwerpers ontmoeten. Er zijn op dit moment weinig georganiseerde structurele bijeenkomsten die ontmoeting tussen de significant others stimuleert. Ook al zijn er enkele momenten om elkaar te ontmoeten, toch blijft het meestal hierbij. Als er toch samenwerkingen ontstaan werkt het eerste informele contact wel meestal als katalysator voor samenwerkingen. De respondenten komen elkaar tegen op beurzen in het binnen en buitenland, of andere bestaande

nationale of internationale evenementen zoals tentoonstellingen, lezingen en awards. Iedere respondent heeft zo zijn voorkeur afhankelijk van de discipline:

“Ik ga vooral naar Milaan als journalist en dat is ook vanuit eigen initiatief dat ik daar naartoe ga. Op zich moet ik dat niet doen. Maar dat is ook wel een zeer goed moment natuurlijk om internationaal mensen te leren kennen [...] En wat dat wel nog altijd een heel belangrijk moment is, is de uitreiking van de Henry van de Velde Awards. Dan komt er echt duizend man uit de sector naar dat evenement en dat is eigenlijk een beetje het hoogtepunt van het jaar qua netwerken. Jammer dat dat maar één keer per jaar gebeurt natuurlijk.” Elien Haentjens

Ondanks dat er netwerkmomenten zijn in de vorm van beurzen, lezingen en andere nationale of internationale design events komen hier zelden samenwerkingen voort uit deze ontmoetingen. Als er samenwerkingen ontstaan is dit meestal vanuit het persoonlijke netwerk. Het is jammer dat er hierdoor veel actoren elkaar niet ontmoeten en er dus ook naast elkaar gewerkt wordt. De significant others zien dit graag anders en geven aan dat er veel opportuniteiten zijn om de banden tussen de significant others te versterken en zo ook het hele ecosysteem te versterken:

“Ik denk dat er heel wat werelden zijn die elkaar niet ontmoeten. Of toch niet spontaan. Ik geloof persoonlijk heel erg in doorheen actie elkaar ontmoeten. Dus mijn eerste jaren ben ik veel naar netwerkevents geweest, en dat soort dingen. Maar naar mijn gevoel, je leert veel mensen kennen, maar je leert niet samenwerken of echt tot een synergie te komen. Ik denk dat er beleidsmatig veel meer behoefte is aan projecten of programma's waar eigenlijk interdisciplinair op ingediend kan worden. [...] Maar het wordt minder structureel georganiseerd en ik denk dat dat wel beter kan. Doordat het minder structureel wordt georganiseerd loop je wel het risico dat het meer van persoonlijke netwerken afhangt. Niet iedereen heeft zoals ik in al die scholen gewerkt bijvoorbeeld. Het hangt dan heel erg af van de individuele onderzoeker of ontwerper. Terwijl ik denk dat daar wel stappen kunnen genomen worden vanuit het beleid of vanuit bepaalde instituten om dat meer te faciliteren.” Liesbeth Huybrechts

“Ik denk dat heel veel organisaties, bedrijven en scholen voorlopig echt wel relatief naast elkaar werken. En dat daar nog veel meer samenwerkingen zouden mogelijk zijn. Maar natuurlijk moet er iemand daar tijd en energie in steken en dat is ook niet altijd zo vanzelfsprekend. [...] Ik vind dat wel belangrijk en interessant om te kunnen netwerken en die momenten zijn er niet zo veel eigenlijk. Natuurlijk als je naar een opening van een tentoonstelling gaat, maar dat is iets vrijblijvender. Maar misschien zou het zelfs wel kunnen om een evenement

te organiseren dat echt letterlijk rond netwerken draait. Misschien zou dat niet slecht zijn. Maar dat gebeurt nu totaal niet. Maar waarom niet eigenlijk?” Elien Haentjens

Anderzijds is niet elk persoonlijk netwerk zo uitgebreid, en kunnen sommige actoren rekenen op een bepaalde structuur of organisatie die hen deze netwerken aanbiedt. Dit is echter niet voor iedereen het geval. Het gevaar is dat de personen die niet aan een organisatie gelinkt zijn tussen de mazen van het net dreigen te vallen. Freelancers en zelfstandigen kunnen niet meegenieten van de krachtige netwerken die de instellingen hebben. Een curator is bijvoorbeeld des te meer afhankelijk van zijn of haar eigen persoonlijke netwerk. Ook bijvoorbeeld internationaal:

“Ik heb het gevoel dat dat ook makkelijker is als je ergens een vaste positie hebt - bij Z33 of bij Design Museum Gent of bij Flanders DC - dat automatisch mensen worden uitgenodigd en dat als je als zelfstandige veel meer moeite moet doen om aan die informatie te geraken. En word je veel sneller vergeten op een bepaalde manier. En dat is niet altijd erg, maar soms denk ik dat daar vanuit de instanties ook wel een beetje beter bij stilgestaan zou kunnen worden. Om daar misschien een ruimer Belgisch netwerk bij te betrekken, met het oog op iets internationaal om ook zo de kennis binnen België verder te verspreiden.” Elien Haentjens

Er werden ook voorbeelden gegeven van andere actoren in het veld die op dit moment op een eiland werken. Er is op dit moment niemand die alle actoren samenbrengt en ontmoetingen of samenwerkingen initieert. Hier is wel zeker interesse voor:

“Wij krijgen heel weinig vraag vanuit Vlaanderen. Wij krijgen veel meer samenwerkingsvoorstellen internationaal. Dat is een beetje raar vinden wij. Maar dat is vaker zo, dat hetgeen in het land zelf geproduceerd wordt misschien minder interessant wordt gevonden in het land zelf. Heel raar maar dat is wel dikwijls zo hebben we al ondervonden. Dat zou wel fijn zijn moesten we meer vraag krijgen vanuit Vlaanderen of België om samenwerkingen te doen.”
Siegrid Demyttenaere

Ontmoetingen en samenwerkingen vinden vooral binnen de eigen regio plaats. De sterkte van deze samenwerkingsverbanden verschillen van regio tot regio. Na het wegvallen van enkele verbindend organisaties zijn deze verschillen zijn meer dan ooit zichtbaar. Buts en Haentjens pleiten voor samenwerking over de regio's en over persoonlijke netwerken heen:

“En ik heb de indruk dat nu in Antwerpen, nu dat Antwerp Powered by Creatives daar ontstaan is, dat daar wel terug een duidelijke scene ontstaan is. Maar bijvoorbeeld in Limburg nu dat het Designplatform minder actief is ... Dus ik denk dat er wel enerzijds lokale initiatieven zijn, maar ook hebben ze vaak ieder hun eigen niche waardoor het naar mijn gevoel toch altijd dezelfde scene is die zich in een bepaald netwerk omgeving blijft herontdekken of blijft ontmoeten. Dus een plek waar er echt contact gelegd wordt en waar dat je dit volledig zou kunnen opentrekken over design disciplines heen, of over regionale contracten heen, zijn er misschien te weinig op dit moment.” Wim Buts

“Het is nogal versnipperd misschien. Terwijl dat we al zo klein zijn. Dus misschien is het dan inderdaad goed dat er voldoende openheid is om met de hele regio samen te werken. Ik denk dat ik dat ook merk, of nog sterker merk, omdat ik in Brussel zit. Want dat heeft mij ook eigenlijk een lange tijd gekost om bijvoorbeeld met Wallonië in contact te komen. Bij Brussel was dat sneller. Maar dat is niet zo vanzelfsprekend. Zelfs niet als je in veld zit. Dus als die barrières nog wat worden vervaagd dan kan er misschien ook meer samenwerking komen. Bijvoorbeeld een webinar, dan moet het misschien in het Engels georganiseerd worden, maar toch dat het voor iedereen is.” Elien Haentjens

Regionaal kan de kwaliteit van het design ecosysteem verschillen. Tegelijkertijd is de ondersteuning van bepaalde regio's veel minder, of is er zelfs geen actor meer aanwezig. Om dit te illustreren werd het voorbeeld van een conferentie aangehaald. Uit de selectie significant others zijn er twee respondenten die ooit een conferentie organiseerden. Er was echter een groot verschil in de ondersteuning en faciliteiten per regio. Zo werd Hugo Puttaert ondersteunt door DeSingel als sponsor en structurele partner. De kunsteninstelling bood zijn locatie en expertise aan voor het organiseren en hosten van Integrated in Antwerpen. In Hasselt organiseerde Huybrechts een gelijkaardige conferentie, maar kon op minder ondersteuning rekenen van de regio. Het ontbrak de regio aan kennis en expertise om een conferentie te organiseren. Ondanks het evenement een succes was is het event niet meer doorgegaan door het gebrek aan steun uit de omgeving.

“En ik heb gemerkt hoe moeilijk het is om zoiets te organiseren op deze plek. Omdat er eigenlijk te weinig kennis en expertise is rond hoe je zoiets doet. Zo een groot evenement in een stad. De hotels waren er toen niet klaar voor, want er was heel veel volk. Een eventlocatie vinden gewoon al, of een locatie voor een diner of voor lezingen,... [...] De cultuurdienst van de stad zou dat eigenlijk meteen moeten oppikken. Maar er is te weinig ervaring. Ik denk

dat het dat vooral is. Dat is twee jaar geleden geweest en eenmalig. Dat heeft mij heel veel bloed, zweet en tranen gekost om het te doen.” Liesbeth Huybrechts

Ondanks de uitdagingen en moeilijkheden bij het organiseren van dit soort initiatieven, blijven individuen hun schouders zetten onder het organiseren van evenementen, vaak zonder structurele ondersteuning. Achter de schermen wordt er hard gewerkt om events, lezingen en conferenties te organiseren of om netwerken te creëren. Het gevaar hierbij is dat belangrijke verbindende initiatieven wegvallen als de organisator weg valt omdat er geen organisatie of structurele ondersteuning achter staat. De significant others geven voorbeelden uit het verleden, en enkelen proberen zelf hiaten in het veld op te vullen. Een voorbeeld hiervan is Club Collectible van Liv Vaisberg. Dit platform wil collectible designers en architecten verbinden met elkaar, met producenten en met bedrijven. Dit netwerk van Collectible vervult verschillende rollen (netwerken, communicatie, promotie) maar als de organisatoren beslissen om er mee te stoppen valt heel de ondersteuning voor de ontwerpers weg:

“We bieden communicatie, netwerking en begeleiding aan onze deelnemers. [...] Dat hebben we net ontwikkeld met Club Collectible en dat is vorige week gelanceerd. Club Collectible is eigenlijk een manier om onze designers met jonge architecten en jonge interieurontwerpers te verbinden. Maar ook met producenten met heel interessant materiaal. Er is nu meer en meer duurzaam materiaal, verschillende soorten van materiaal en architecturaal materiaal. We willen al die startups en kleine bedrijven die bezig zijn met super interessante dingen verbinden. Dus eigenlijk verbinding maken tussen al die verschillende groepen. [...] En dat doen we met Collectible, we willen een platform bieden en tonen wat hedendaags collectible design is.” Liv Vaisberg

Omdat de meeste evenementen niet structureel ondersteund worden creëert dit een onzeker en fragiel ecosysteem. Met andere woorden, als de sleutelfiguren wegvallen valt heel het initiatief of organisatie weg:

“Een organisatie zoals Integrated speelt twee belangrijke rollen. Enerzijds heeft de conferentie een netwerkfunctie. Anderzijds wordt er artistiek inhoudelijke kennis gedeeld door een relevant programma op te stellen voor een breed publiek. De ondersteuning hiervoor moet van het buitenland komen, en de structurele ondersteuning uit Vlaanderen komt niet. Dit is uiteraard ontmoedigend en zo verdwijnen initiatieven zoals deze snel doordat dit een project is dat ontstaan is door één persoon. Uiteraard met sponsors en ondersteuning van de

hogeschool, maar als er geen organisatie achter zit is het voortbestaan van zo een conferentie fragiel en kritiek. [...] Het is eigenlijk ook een initiatief dat steunt op een paar schouders. Ook al lijkt dat niet zoals je dat online ziet, maar dat is wel zo.” Hugo Puttaert

Nu komen significant others vooral samen door persoonlijke relaties en contacten. De subcategorie die elkaar af en toe ontmoet zijn de regionale actoren. De meeste regionale actoren kennen elkaar doordat het Vlaamse designveld niet zo groot is. De samenwerkingen gebeuren echter op een niet structurele manier. Er is ook geen overzicht van hoe vaak deze actoren samen komen en welke samenwerkingen effectief worden aangegaan. De andere significant others geven aan dat de ontmoetingen en samenwerkingen tot stand komen door persoonlijke relaties. Het netwerk wordt dan ook niet verder uitgebreid en er worden geen nieuwe contacten gelegd als hier geen reden voor is. Zelfs al zijn er goede contacten tussen significant others, dan wordt hier niet altijd iets mee gedaan. Een uitgebreid netwerk of een ontmoetingen resulteert niet noodzakelijk in een samenwerking:

“Nu gaat het vaak om veel persoonlijke relaties die zo opgezet worden, waar mensen die elkaar al lang kennen studiegenoten zijn die in eenzelfde netwerk zitten. Die persoonlijke relaties lopen wel vlot. Maar er is natuurlijk zoveel meer expertise aanwezig. Ik weet dat binnen architectuur er soms bepaalde teams worden samen gebracht als er een openbare oproep is. [...] Bij productontwikkeling Antwerpen - maar dat is dan ook weer zo'n persoonlijk netwerk - een van de docenten daar is een oud student van onze opleiding en van daaruit zijn we ooit gevraagd om mee in een workshopweek te stappen waar we gemengde teams maken van onze studenten met productontwikkelingsstudenten. Maar daar blijft het dan ook wel bij. Daar zou wel meer mogelijk zijn.” Wim Buts

“Het zou wel aangenaam zijn als de instellingen zich meer zouden openstellen naar mensen die misschien niet per se in een instelling zitten, maar die wel een bepaalde rol zouden kunnen spelen. En dat we elkaar dan ook zouden kunnen versterken. Bijvoorbeeld de scholen. Bijvoorbeeld nu Design Fest Gent, dat is een nieuw festival rond design in Gent, daar zitten nu wel heel veel verschillende partners voor samen. Dus, ik denk dat dat wel goed is dat er zo een keer overkoepelend meer mensen samen zitten.” Elien Haentjens

In Vlaanderen worden nog veel kansen onbenut voor samenwerkingen in het Vlaamse design ecosysteem. Als er sterke partnerschappen aangegaan worden met andere instellingen kan een potentieel expertisecentrum dit netwerk aanbieden aan de significant others. Voor elke significant

other zijn de noden anders in het soort netwerk waar zij het meest aan hebben. Voor Demyttenaere is dit vooral de netwerken versterken om inhoudelijke artistiek te kunnen creëren, zonder uitsluitend een focus op het economische:

“Voor zo een platform is het belangrijk dat dat interdisciplinair werkt. Dus dat er verschillende instellingen zoals bijvoorbeeld de industrie of leerinstellingen worden samengebracht om dingen te creëren. En ik vind dat dat hetgeen is dat mist in Vlaanderen. Ofwel is het gefocust op de economie zoals Flanders DC doet.” Siegrid Demyttenaere

5.3.2 Noden internationaal

Zoals onder de eerste onderzoeksvraag besproken werd zagen de significant others samenwerking en uitwisseling met organisaties in het buitenland een belangrijke rol om kennis te delen en uit te wisselen. Om dit te kunnen doen zijn er netwerken nodig tussen Vlaanderen en het buitenland die dit kunnen voorzien. Bij de meeste significant others werd het vormen van internationale netwerken aangegeven als een belangrijk werkpunt. Serulus spreekt over de sterke netwerken die VAI heeft uitgewerkt en stelt vast dat zij dit nu opvangen voor het Vlaamse designveld omdat er nu niemand is die inzet op internationale samenwerkingen in design:

“Die samenwerkingen en uitwisselingen zijn voor ons een heel belangrijk punt. Ook internationaal. We werken bijvoorbeeld samen met buitenlandse architectuur festivals en onze directrice is secretaris generaal van Icam. We hebben een heel goed netwerk met alle architectuurmusea en instituten over heel de wereld. En ook bijvoorbeeld archieven. Dat is voor ons ook wel heel belangrijk om onze methodologie rond archieven af te toetsen aan het internationale veld. De nood dat er nu is, is dat er een orgaan is voor de ontwerpers zelf. Dus dat vullen wij nu op.” Nina Serulus

Voor haar eigen deskundigheidsbevordering zou Van Loon zich graag internationaal kunnen toetsen aan andere curatoren talentontwikkeling die een gelijkaardige praktijk hebben. Door matchmaking met andere designexperten en curatoren zou er kennis en expertise uitgewisseld kunnen worden, die dan weer meegenomen en geïmplementeerd kan worden in België:

“Het zou interessant zijn als er zo missies kunnen georganiseerd worden naar bijvoorbeeld Helsinki Design Week, zoals die naar Casablanca. En dan zou er heel gerichte matchmaking kunnen gebeuren met organisaties ter plaatse die een soortgelijk profiel hebben. Dan kunnen organisaties uit Vlaanderen daar naartoe gaan en een stukje netwerk uitbouwen. Daar is denk

ik wel nog veel werk. Ik zou best ook wel eens met iemand willen praten uit bijvoorbeeld Duitsland over talentontwikkeling. Ik werk al jarenlang met designers op een bepaalde manier, hoe gebeurt dit in het buitenland? Ook op een soortgelijke manier? [...] Ik denk zo van elkaar leren als curatoren, niet alleen Vlaamse curatoren, maar ook curatoren van de V&A of Centre Pompidou van buurlanden en soortgelijke organisaties die echt inzetten op designwerking, dat dat super waardevol is. Het lijkt mij wel super interessant als je in het Design Museum Londen een halve dag mag meedraaien. Dus dat soort netwerken opzetten zou wel boeiend zijn denk ik.” Heleen Van Loon

Haentjens benadrukt het belang van het profileren van de designregio en pleit voor sterkere uitstraling naar het buitenland. Net zoals bij informatie en netwerken is ook België ‘versnipperd’. Vlaanderen, Brussel en Wallonië presenteren zich als aparte entiteiten. Om de designsector te helpen blijven meedraaien op wereldniveau is het volgens Haentjens belangrijk om als één blok zich op de markt te zetten en te profileren:

“Design Expertisecentrum is Vlaanderen veronderstel ik? Internationaal gezien heb ik daar ook wel vaak last mee met die drie regio’s die je op een lijn moet krijgen. Pas nadat dat gelukt is kan je internationaal iets doen. Zowel met de projecten met Adorno, als vroeger met die projecten in Brazilië. Dat zijn altijd drie entiteiten dat je moet aanschrijven. Drie entiteiten die je moet meekrijgen in het verhaal. Die politiek... Als curator moet ik eerst aan politiek doen en dan kan ik een tentoonstelling maken. Dat is niet altijd normaal, en dat vertraagt ook gewoon heel veel van onze uitstraling in het buitenland. In Brazilië was dat als de Nederlanders kwamen, die kwamen als één blok, een stormram boem bam. En wij kwamen als Vlaanderen en Wallonië en Brussel. En dat is een groot gevecht onderling. En als je dan eindelijk kunt tonen aan de buitenwereld, dan is eigenlijk al je energie al weg van dat gevecht onderling. Ik overdrijf het een beetje, maar toch niet heel veel.” Elien Haentjens

5.4 Deelvraag 4

Welke rollen zou een Expertisecentrum Design kunnen opnemen voor de verbetering van de werking van de significant others?

5.4.1 Noden promotie

De meeste respondenten ervaren problemen met zichtbaarheid en willen de visibiliteit van hun eigen activiteiten en het designveld vergroten. Er kwamen al enkele voorbeelden doorheen de

voorgaande deelvragen waarbij de significant others problemen ervaren met zichtbaarheid naar overheden, het veld, bedrijven en het brede publiek. Dit geldt zowel voor binnen- en buitenland. Buts spreekt over de nood aan ondersteuning in visibiliteit. Door actoren samen te brengen en te verenigen en kunnen ze samen naar buiten treden. Zowel voor onderwijs als voor tentoonstellingen.

“Ik denk de ondersteuning in visibiliteit. Ik spreek heel erg vanuit opleidingstandpunt, of als opleidingshoofd, dat is een hele moeilijke om daar als opleiding tegen aan te gaan. [...] Bijvoorbeeld, we hebben de ambitie om naar Milaan of een ander internationaal event te trekken. We kunnen daar ondersteuning vanuit de hogeschool van krijgen, daar zijn ze toch wel genegen in. Maar die gigantische budgetten die je eigenlijk nodig hebt, dan heb je een Vlaams aanspreekpunt nodig voor ons als onderwijsinstelling. Op die manier design in het buitenland promoten, dat zou voor ons als opleiding interessant kunnen zijn. En dat we daar misschien de krachten voor zouden moeten bundelen. Dat dat meteen voor de drie opleidingen zou zijn die samentrekken om Vlaams/ Belgisch design te tonen in het buitenland.” Wim Buts

Zoals eerder besproken werd bij Intergrated een nood ervaren om naast de studenten het bredere designveld te bereiken. Doorheen de interviews werd duidelijk dat naast het inhoudelijk samenstellen van evenementen, publicaties, enzovoort er weinig tijd over blijft voor het analyseren van doelgroepen en blijven weinig middelen over die aangewend kunnen worden voor promotie:

“Wij hebben het blijkbaar ook heel lastig om onszelf te promoten. Denk dat de incrowd ons wel redelijk goed kent. Denk dat de meeste kennisinstellingen DAMN ook wel kennen. De designopleidingen misschien ook wel. Maar denk dat dat altijd wel beter kan. Ook bij de bedrijvenwereld, de kennisinstellingen. Ook bibliotheken bijvoorbeeld. Maar daar hebben wij nog niet op gewerkt. Daar komen wij gewoon niet aan.” Siegrid Demyttenaere

5.4.1.1 Kritiek promotionele activiteiten

Op dit moment zijn er maar enkele prijzen en awards die de designers en delen van de sector in de kijker zetten. De enige award van een niet commerciële speler in Vlaanderen zijn de Henry van de Velde Awards van Flanders DC. De award kwam vaak ter sprake tijdens de interviews en werd besproken als een belangrijk netwerkevent voor de significant others. Al kwam er ook van enkele significant others wat kritiek op. Dit gaat vooral over de categorieën die beperkt zijn, al werd er door Buts aangegeven dat suggesties ter harte zijn genomen en er ondertussen ook een

categorie design research is opgenomen. Vaisberg spreekt over nood aan diversiteit en een meer dynamische organisatie en dat hierin zeker nog ruimte voor verbetering is:

“Ik zit in de jury van de Henry van de Velde Awards en nu ook in de jury van de Dutch Design Awards. En dat is heel interessant want ik zie nu hoe dat de Nederlanders het doen in vergelijking met Vlaanderen. Want ik heb vaak met mensen van de Henry van de Velde Awards gesproken. En zij zeggen dat ze bijna geen aanvragen ontvangen van collectible designers. Maar dat is door de categorieën. Er is alleen crafts, maar craft is iets anders. Er is heel veel crafty design, maar dat is niet design. En alles is heel product gericht. [...] De Nederlandse award is super dynamisch. En ik zie daar ook fashion designers, jonge mensen en gekleurde mensen. En dat is ook nodig.” Liv Vaisberg

Puttaert bespreekt dit soort awards als een evenement voor de ‘the happy few’. Puttaert benadrukt de noodzaak om een platform te bieden aan jonge ontwerpers die niet de middelen, het netwerk of de communicatievaardigheden hebben om over hun werk te communiceren. Op een award krijgt maar een heel select groepje ontwerpers een plekje in de spotlight die vaak al iets verder gevorderd zijn in hun carrière. Puttaert pleit voor zichtbaarheid door een neutrale speler waarbij kwaliteit voorop staat:

“Wie ligt daar wakker van, buiten de happy few. [...] Terwijl, er zijn zoveel interessante dingen bezig van, ook jonge mensen die niet de middelen hebben. Dat is pas inclusie. Zij die niet de middelen hebben, of het netwerk hebben, of de communicatievaardigheden hebben in de kijker zetten. Zij die wel met goede dingen bezig zijn, maar die eigenlijk nooit de media halen. Dat zou iets zijn waar een organisatie mee kan bezig zijn om die zichtbaarheid te geven. [...] Want ik zie wel wie er bij ons afstudeert bijvoorbeeld en ik zit ook vaak in andere jury’s. En ik weet welke kwaliteit er wel is die om die redenen niet de aandacht krijgen. Dus uiteindelijk heb je wel een soort neutralere mediavorm nodig, organisaties, of magazines, of platformen.” Hugo Puttaert

5.4.1.2 Geen/ amper designresidenties en werkplekken

Onder de noden van de samenwerkingen tussen ontwerpers en significant others bleek de professionalisering van de ontwerpers een belangrijk punt. Residenties en werkplaatsen kunnen hierin een belangrijke rol spelen en dragen bij aan de ontwikkeling en de professionaliteit van de ontwerper. Stijn Maes benadrukt hoe designers, in casu grafisch ontwerpers, in een residentietraject vaak andere vormen van ondersteuning en begeleiding nodig hebben dan beeldende kunstenaars.

Er is maar een bepaald segment van grafisch ontwerpers die momenteel bij het Frans Masereel Centrum terecht kan, en dit zijn veeleer de ontwerpers die met hun vrije praktijk aanleunen bij de beeldende kunsten.

“Het programma van onze residentiewerking bestaat uit een combinatie van grafische demo’s en inhoudelijke feedbackmomenten, zowel individueel als in groep, en daarnaast veel tijd en ruimte voor experiment: al creërend ontwikkelen onze residenten hun artistieke praktijk. Uitproberen, falen en kritisch reflecteren zijn daar essentieel bij. Bij grafisch ontwerpers merk ik vaak andere vragen en processen, en andere snelheden, met een meer resultaatgerichte dynamiek. Beide zijn perfect evenwaardig; het is echter niet evident om ze binnen een residentiewerking tegelijk aan te bieden en te begeleiden. Daarvoor zouden we extra expertise en personeel moeten aantrekken – wat momenteel niet mogelijk is. Vermoedelijk zouden we ook moeten differentiëren in de lengte van de residentieperiodes en gaan we bepaalde noden niet meer kunnen lenigen.” Stijn Maes

Liv Vaisberg haalt het tekort en het belang van residenties en werkplekken aan en maakt de vergelijking met de vele residentiemogelijkheden binnen de kunsten:

“Iets anders, er zijn niet zoveel designer residenties. En in de kunstenwereld heb je heel veel residenties. Eerst ga je naar de academie, dan masters, dan Rijksacademie, HISK, Wiels,... Er zijn overal heel veel mogelijkheden om als kunstenaar gratis een studio te krijgen, een nieuw netwerk te krijgen, te reizen,... Bij designers is er bijna niets. In België is er denk ik alleen in Dhondt-Dhaenens maar dat is een residentie alleen voor kunstenaars. Voor designers is er heel weinig. MAD Brussels heeft ook wel residenties.” Liv Vaisberg

5.4.2 Noden regisseur

De perceptie van overheden, het veld, bedrijven en het brede publiek over design is niet altijd eenduidig. De respondenten vragen om een soort regisseur die de belangen van het veld behartigt en open gecommuniceerd wordt over design en het potentieel ervan:

“Zichtbaarheid als een soort identiteit, dat is wel iets wat we in Vlaanderen missen. [...] En hier in Vlaanderen is al heel wat jaren heel erg op de mode geïnvesteerd. En bij architectuur zien we dat ook dat dat door overheden gestimuleerd wordt om via een Vlaams Bouwmeester over architectuur te gaan nadenken. Daar denk ik dan soms wel dat een soort van

designmeester wel kan helpen om actoren te laten nadenken hoe relevant design kan zijn en hun kan briefen hoe een goede design brief te maken. Of iemand goed te gaan zoeken, of iemand te ondersteunen hoe dat je op een correcte manier een call kan lanceren zonder dat je mensen gaat uitbuiten om eigenlijk bijna gratis eerst heel wat voorwerk te leveren. En denk dat daar wel iemand die het gezicht kan geven aan het veld wel interessant kan zijn. [...] Ik vind design heel dicht bij mensen staan en dan vind ik het ook wel dat het voor een stuk heel dicht bij mensen mag gecommuniceerd worden. En bij mode lukt dat wel. Iedereen weet wat Belgische mode is, en hoe fier dat we daar wel op zijn. Maar niemand weet dat er ook wel zoiets als Belgisch design bestaat.” Wim Buts

5.4.2.1 Betekenis design

De meeste respondenten zien hierin een nood aan een actor of ‘regisseur’ die open kan communiceren over de betekenis van design en de waarde ervan. Hij kan vragen beantwoorden zoals: Wat is design en wat kan design betekenen? Wat is de maatschappelijke culturele, economische en symbolische waarde van design? Deze ‘regisseur’ of ‘designbouwmeester’ zoals Buts het eerder benoemde, kan inzichten en kennis delen over het designveld naar overheden, het culturele veld, bedrijven, opdrachtgevers en het brede publiek:

“Het begrip design ook bij het brede publiek duidelijk maken. Want ga je deur aan deur bij wijze van spreken zoals bij iedereen beroemd het gaan vragen aan mensen: Wat is design? Dan gaan de mensen zeggen: dure meubels. Terwijl in het Engels is dat iets anders. Ontwerp, ontwerpen. Het woord design is ontwerpen. Dus design, daar gaat dat artikel over ook, is het proces om tot iets te komen. Dus dat betekent dat dat niet zomaar lukt op een twee drie en dat het dan gerealiseerd is. Als je het woord design in de Engelse context bekijkt geldt dat over een attitude, over een ontwikkeling. En als je dat in de Nederlandstalige context bekijkt wordt dat meteen geassocieerd als zijnde een product, iets dat af is. Het is eigenlijk ‘to design’ ook.”
Hugo Puttaert

“De noemer design is een moeilijke omdat dat zo een brede term is. Daar valt zoveel onder dat dat ook voor mensen zeer verwarrend kan zijn. Of dat het nooit echt duidelijk is over wat het nu gaat. Dus dat actueel veld dat is iets heel interessant, daar gebeurt heel veel. En je hebt daarin enorm veel verschillende strekkingen en disciplines die daar onder vallen.” Nina Serulus

In deze communicatie benadrukken de significant others de diversiteit en schottenloosheid binnen design, en zijn brede toepasbaarheid. Demyttenaere en Puttaert staan stil bij het begrip ‘design’ af te bakenen en te definiëren. Zo kan er een breder begrip ontstaan over de discipline als dit gecommuniceerd kan worden naar het hele Vlaamse designveld en de verschillende actoren.

“Design is sowieso al verweven in heel veel sectoren. Er zijn denk ik weinig sectoren die niets te maken hebben met design. Het begrip design is zo breed geworden de dag van vandaag dat het bijna moeilijk is om ergens over design te spreken. Ik denk dat ook voor zo een soort expertisecentrum, of hoe dat je het ook wil noemen, het belangrijk zal zijn om dat begrip design binnen dat expertisecentrum dan te definiëren.” Siegrid Demyttenaere

“...in de klassieke opdeling heb je de vrije kunsten en de toegepaste kunsten. Het is bijna negentiende-eeuws om zo te praten. Maar nog heel veel mensen, ook jonge docenten, denken zo. Maar wat maakt het uit of iemand autonoom werkt, of toepast, of hybride of soms autonoom en soms toegepast. Kunstenaars werken ook vaak toegepast. Dus dat is zo een soort waardeoordeel dat gevestigd is in de hoofden van veel mensen. En ook ik dat ook vaak van subsidiegevers of van organisaties. Terwijl in de praktijk er zoveel aan het gebeuren is waar eigenlijk al die dingen vervloeien. Kunstenaars die een ontwerpmatig werken, ontwerpers die eerder autonoom werken. En wat maakt het ook uit. Als het boeiend of interessant werk is, des te beter. En toch merk je nog altijd dat een soort waardeoordeel, ook in opleidingen, nog altijd aanwezig is. Heel vreemd. [...] En dat ik altijd ben verbaasd geweest dat de werelden van kunst, design (zelfs binnen design) interieurontwerp, productdesign, grafisch ontwerp, zo gescheiden zijn. Nu dat is ondertussen wel zo geëvolueerd. Maar toch blijft dat nog altijd een beetje. Terwijl een proces tot een ontwikkeling van een ontwerp niet per se anders is tussen een ontwerppraktijk of een kunstenaarspraktijk. Het is anders door het individu.” Hugo Puttaert

5.4.2.2 Zichtbaarheid voor curatoren

Haentjens pleit niet alleen voor meer zichtbaarheid voor design, maar ook voor haar vak. Ze vindt dat er meer aandacht moet zijn voor freelance curatoren en journalisten, die net als ontwerpers, een specifieke kennis en expertise vereisen en maar toch vaak op de achtergrond verdwijnen:

“Een collega, ex-journalist, curator, die dat eens op facebook schreef. Tof, De Standaard maakt een heel artikel over alle ontwerpers maar de curator komt niet aan bod. En ik denk

dat dat wel iets treffend was dat die eigenlijk zowat vergeten wordt omdat dat maar normaal is ofzo dat dat gebeurt. Dat daar af en toe ook wel meer aandacht mag voor zijn omdat dat wel een bepaalde positie is en een bepaalde rol en een bepaalde kennis vereist. Ik denk dat veel mensen dat niet zo goed kunnen plaatsen, ik weet het niet. Effectief de curator komt vaak niet aan bod.” Elien Haentjens

Dit gebrek aan zichtbaarheid vertaalt zich ook in de sociaaleconomische positie van freelance journalisten en curatoren. Ze pleit voor een ondergrens waarbij er minimumbedragen voor opdrachten moeten komen die ervoor zorgen dat conculllega’s niet onder de prijs kunnen gaan.

“Dus een bovengrens dat wordt wel altijd gezegd. Maar er wordt nooit gezegd van dat is een ondergrens.[...]Maar ik denk dat het effectief dringend tijd wordt dat er een ondergrens gezet wordt. Ook in de journalistiek. Want ik moet een offerte maken. En eigenlijk het feit dat je een offerte moet maken, eigenlijk zit je dan al bijna sowieso onder de prijs te werken want je moet een beetje concurrentieel zijn met de rest. Of toch proberen, want anders haal je die opdracht weer niet binnen. En mensen die dan weinig werk hebben die gaan dan natuurlijk lage prijzen zetten want die willen die opdracht binnen halen met gevolg dat de prijzen almaar lager en lager en lager worden. Dat is echt problematisch.” Elien Haentjens

Haentjes ziet ook een gebrek aan designcuratoren, terwijl deze net voor de designsector belangrijk zijn. Er zijn ook geen aangepaste curatorenopleidingen in Vlaanderen,. Dit resulteert in het feit dat er weinig designcuratoren zijn in Vlaanderen en de kennis van deze praktijk amper aanwezig is:

“Maar ook bijvoorbeeld, ik denk op KASK heb je zo die curatorenstudie maar dat gaat ook vooral over kunst en niet echt over design. Terwijl dat we er meer en meer nood aan hebben aan goede curatoren, inhoudelijke curatoren binnen design. Dat is eigenlijk echt een groot verschil. Er zullen wel bepaalde thema’s te overbruggen zijn maar de kunst thema’s zijn die relevant voor designers? Soms misschien maar vaak niet denk ik eigenlijk. Maar voor het ecologische in design is dat super relevant, in kunst is het ecologische nu niet zo relevant. Dus dat is toch al een groot verschil. In het buitenland zijn er soms wel opleidingen waar dat dat wel al is.” Elien Haentjens

5.4.3 Noden middelen

Er werd in de interviews niet expliciet gevraagd naar financiële noden, maar toch kwam dit erg vaak ter sprake tijdens de gesprekken. Zoals in de theorie van Holden werd beschreven worden opportuniteiten mogelijk gemaakt door middelen zoals geld, materiaal of gebouwen, technologie enzovoort (Holden, 2015). De praktijken van enkele significant others zijn onlosmakelijk verbonden met publieke middelen. Van Loon haalt opnieuw een actor aan die als belangenbehartiger zou kunnen communiceren over het gebrek aan middelen voor het designveld:

“Ik denk wel, als Z33 hebben we daar ook wel nood aan, een actor die zegt hoe belangrijk vormgeving is binnen het Vlaamse veld. En dat er middelen zijn. En dat dat Vlaamse veld gevoed kan worden met beurzen en projectsubsidies. Dat daar meer marge is en dat dat niet zo heel veel onderlinge concurrentie is en krabben krabben krabben. Dus daar zie ik zeker een nood. Er is nu niemand die dat voor ons doet. [...] Ik denk dat er, en dat is meer algemeen, te weinig middelen zijn. Binnen de grote pot kunsten, binnen het Kunstendecreet de middelen voor vormgeving, dus enkel design, we moeten dat al delen met architectuur. Dat is echt heel weinig. Als je dan ook weet dat op alle projecten die worden ingediend enkel het allerbeste iets krijgt omdat er zo weinig is. Dan is er toch wel iets systematisch fout van bij het begin.”
Heleen Van Loon

Er wordt vaak ingezet op internationale middelen omdat er binnen Vlaanderen amper middelen beschikbaar zijn. Zowel Huybrechts als Puttaert zetten in op internationale middelen. Beiden zetten in op middelen van Creative Europe maar de concurrentie is in dit programma zeer groot.

“En het is zo inderdaad om internationaal consortia te vormen. Dat is heel uitdagend. Ik ben nu bijvoorbeeld bezig met het schrijven van een Marie Curie project. De slaagkans daarvan is... Als je 99,8 haalt op 100 dan heb je misschien geld. Dus zo competitief is dat. Daar wordt enorm op ingezet. Dus dat vergt heel veel inspanning om dat te schrijven, te krijgen enzovoort. En ik denk dat er veel meer stimulansen gegeven kunnen worden aan ontwerpers, ontwerpelijk onderzoek om eigenlijk dat soort projecten te realiseren of binnen te halen. Ook nationaal om internationaal aan projecten te kunnen doen.” Liesbeth Huybrechts

“We hebben twee jaar geleden samen met Pascal Gielen van ARIA een project ingediend voor Creative Europe, of ja hij heeft dat ingediend met zijn onderzoeksgroep ingericht van Integrated dan een onderdeel van was. Dat is jammer genoeg niet geselecteerd, want dat had een fundamentele structurele ondersteuning gegeven. Maar Creative Europe is dus een gigantisch Europees Investeringsfonds voor Cultuur. Die competitie, die concurrentie is daar zeer

groot. De laatste editie hadden we de goedkeuring van de Stad Antwerpen voor een zeer fundamentele subsidiering, maar die is dat op het laatste niet bevestigd door het schepencollege. [...] Dat is wel niet fijn want Pascal en ik hebben daar heel veel tijd in gestoken met zijn medewerkers in dat dossier in verschillende stappen. En dan begin je wel na te denken van, dat doen wij wel niet meer op die manier. Ik wil mij daar niet meer mee bezig houden. Dat bedoel ik met die structurele ondersteuning.” Hugo Puttaert

De significant others steken hier veel tijd en moeite in maar vaak leveren deze inspanningen weinig op, wat ontmoedigend werkt, met het risico dat de initiatieven ophouden met bestaan.

“En dat heeft ook alles met financiën te maken. Niet alleen met financiën, maar ook met een bewuste keuze. Gaan we daar middelen voor inzetten? Gaan we daar mensen voor inzetten? Want ik heb dat eigenlijk als organisator, ik ben dat natuurlijk vanuit eigen initiatief gedaan. Maar uiteindelijk heb je wel een bredere structuur nodig om die continuïteit te kunnen verzekeren. En in alle eerlijkheid moet ik zeggen dat die onvoldoende is op dit moment. En die dossiers voor die subsidies, je hebt daar echt expertise voor nodig. [...] We hebben een aantal jaren subsidies gekregen, beperkte subsidies moet ik zeggen, vanuit de provincie. Maar vooral vanuit Nederland, hoe raar dat dat ook mag klinken. Van het Stimuleringsfonds creatieve industrie, maar ook daar heb je natuurlijk een organisatie nodig om daar constant mee bezig te zijn.” Hugo Puttaert

6 CONCLUSIE

Dit onderzoek vertrok vanuit de vraag wat de noden zijn van de significant others in de Vlaamse designsector ten aanzien van een Vlaams Expertisecentrum Design. Die vraagstelling situeert zich in een bredere beschouwing van welke artistieke en inhoudelijke kennis de significant others nodig hebben, wat de noden zijn in de samenwerking tussen significant others en ontwerpers, en welke noden er zijn in samenwerkingen tussen de significant others onderling. Deze noden kunnen vertaald worden in rollen die een Expertisecentrum Design zou kunnen opnemen om de significant others te ondersteunen. Het literatuuronderzoek over de positie van significant others binnen de creatieve sector gaf inzichten in essentiële elementen zoals het ontwikkelen en duurzaam uitbouwen van informele en professionele netwerken (De Heusch et al.) en de rol hierbinnen van de significant others werd tegen het licht gehouden vanuit de ecologie van het designveld (Holden, 2015). Vanuit dit conceptueel kader werd de onderzoeksvraag en de bijkomende deelvragen benaderd en op deze manier werden de hiaten en uitdagingen blootgelegd om zo suggesties te kunnen doen voor een potentieel Expertisecentrum Design.

Uit het onderzoek is gebleken dat het Vlaamse designlandschap zeer gefragmenteerd en versnipperd is. Deze uitspraak is van toepassing op alle deelvragen, zowel binnen kennis (informatie, onderzoek,...) als netwerking (ontmoeting, samenwerking, dialoog,...). Omdat de significant others experts zijn in hun vakgebied, en al enige tijd actief zijn in het designveld, weten ze wel waar de nodige informatie te vinden is. In het verkrijgen van artistieke en inhoudelijke kennis spreken de significant others echter over een ‘overload’ aan informatie die heel verspreid is. Inhoudelijk zijn de respondenten het meest geïnteresseerd in een overzicht van de hedendaagse Vlaamse ontwerpers en waar ze vandaag mee bezig zijn en in nieuwe trends en ontwikkelingen uit het designveld. Daarnaast spreken de respondenten van het herstellen van de balans tussen de economische zakelijke kant en de inhoudelijk artistieke kant. Volgens Elien Haentjens (designcurator, journaliste en kunsthistorica) is de slinger doorgeslagen naar het economische en is het debat over het artistieke veel minder aanwezig.

De meerderheid van respondenten gebruikt online kanalen zoals sociale media en zijn ingeschreven op meerdere onlineblogs en nieuwsbrieven om op de hoogte te blijven van de activiteiten in het designveld. Ook het deelnemen aan lezingen, symposia, beurzen en conferenties blijkt een belangrijke bron van informatie en inspiratie. Communicatie over het designveld in Vlaanderen gebeurt vandaag voornamelijk door traditionele media waarin hoofdzakelijk lifestyle besproken wordt. Er is op dit moment volgens de respondenten een tekort aan gespecialiseerde magazines waarin meer inhoudelijk keuzes gemaakt worden en een afwezigheid van kritische designers.

Reflectie wordt door de respondenten als heel waardevol beschouwd en als een nood. Hier wordt vandaag echter niet op ingezet. Ze zouden graag geïnformeerd worden over meer inhoudelijk reflectieve informatie via niet commerciële communicatiekanalen. In dat opzicht zien ze hierin de kans voor een neutrale speler/mediaoutlet die deze informatie kan capteren en delen. Bovendien blijkt het documenteren en archiveren van het hedendaagse ontwerpveld een nood. Omdat design onvoldoende gedocumenteerd wordt creëert dit gaten in de Vlaamse designgeschiedenis. Dit heeft een directe invloed op het materiaal waarmee onderzoekers aan de slag kunnen en op het materiaal dat gedoceerd kan worden in de Vlaamse designopleidingen. Deze kennis kan dan ook niet doorgegeven worden aan de huidige generatie designers. Kennis over ontwerpgeschiedenis in Vlaanderen van de jonge generatie ontwerpers blijkt onvoldoende omdat de geschiedenis niet goed gedocumenteerd is. Kennisdeling gebeurt individueel en is niet structureel maar vluchtig.

Hierop aansluitend werd het gebrek aan ruimte voor onderzoek als een lacune omschreven. In de analyse werd een onderscheid gemaakt tussen onderzoek over design en door design. Op het gebied van onderzoek is er weinig kennisdeling en wordt er voornamelijk op een eiland gewerkt. Wanneer onderzoek gebeurt naar design, blijft deze kennis binnen de onderzoeksinstellingen en wordt deze informatie meestal niet gedeeld met het hele veld. Er zouden hier volgens de respondenten veel meer linken gelegd kunnen worden tussen onderzoeksinstellingen, scholen, bedrijven, ontwerpers enzovoort. Onderzoek over design gebeurt meestal door designers en vertrekt doorgaans vanuit de praktijk, en niet vanuit academische hoek. Omdat er op dit moment geen theoretische academische designopleidingen zijn in Vlaanderen of onderzoeksgroepen over design, blijkt dat deze kennis ook niet ontwikkeld en gedeeld wordt. Ook in de bestaande opleidingen kunstwetenschappen is design ondervetegenwoordigd waardoor studenten minder kiezen om onderzoek te voeren naar design. Het Vlaamse onderwijs levert dus ook quasi geen academische designexperts terwijl er wel een nood blijkt te zijn aan designexperts, zowel in het onderwijs als in de pers. Inhoudelijk zijn er verschillende thema's die aan bod kwamen waar meer aandacht aan geschonken moet worden in onderzoek en kennisdeling volgens enkele respondenten namelijk: ecologie, (inhoudelijke) diversiteit, namaak en rechterlijke bescherming van ontwerpen,....

De ontmoetingen tussen significant others en ontwerpers blijken tot stand te komen door persoonlijke netwerken, of toevallige ontmoetingen op events. Deze ontmoetingen leiden eveneens niet noodzakelijk tot samenwerkingen. De significant others kiezen afhankelijk van hun vak, en persoonlijke voorkeur met welke ontwerpers ze samenwerken. Er zijn geen structurele ontmoetingsplaatsen of sector overschrijdende netwerkevents waar significant others en ontwerpers in dialoog

kunnen gaan. Er zijn ook amper projecten die samenwerkingen stimuleren. Daarnaast gaan door de covid-pandemie en de bijkomende maatregelen de beurzen, lezingen en andere activiteiten online door wat resulteert in weinig persoonlijk contact met de ontwerpers. Een aantal respondenten duidt een tekort aan designgaleries en toonplaatsen voor ontwerpers. Een galerie is een belangrijke ontmoetingsplek, agent en toonplaats en creëert belangrijke momenten om te netwerken. Om de projectmatige werking van designers op te vangen zijn ontmoetingen en samenwerkingen met significant others van groot belang, nochtans wordt hier vandaag niet structureel op voorzien.

Een voorwaarde voor duurzame samenwerkingen is volgens de significant others de professionaliteit van de designers en van het volledige designveld. Er kan volgens enkele respondenten zeker gewerkt worden aan de professionaliteit van de ontwerpers. Jonge, recent afgestudeerde en startende ontwerpers zouden meer ondersteund mogen worden in het verkrijgen van deze kennis om de relaties met de significant others te verbeteren. Onder 'kennis' wordt verstaan de kennis van enerzijds de carrièremogelijkheden en inzicht in de inhoudelijke richting die een ontwerper kan uitgaan en anderzijds de kennis over het designveld zelf en zijn mogelijkheden. Zowel de significant others die op commerciële basis samenwerken met ontwerpers als de significant others gelieerd aan het onderwijs geven dit aan als een nood. Enkele respondenten stellen een tekort aan residenties en werkplekken vast. In de zoektocht naar significant others viel het op dat er weinig residenties en werkplekken zijn voor ontwerpers. Stijn Maes (Frans Masereel Centrum) beschrijft hoe er zelden ontwerpers bij hen resideren, en dat dit de buitenbeentjes zijn die meer werken richting de beeldende kunsten. Er is dus weinig ruimte in residenties en werkplekken voor ontwerpers terwijl dit een belangrijk onderdeel lijkt voor het ontwikkelen van de praktijk (onderzoek, ruimte,...) en de professionalisering (feedback, coaching,...) van een ontwerper. Zowel de galeries als de residenties vormen een lacune in het Vlaamse designecosysteem.

De significant others zijn experten binnen hun vakgebied met heel wat jaren ervaring en weten zich vaak sterk ingewerkt in de lokale netwerken met andere actoren. Ontmoeting en dialoog blijft vaak binnen de eigen regio en binnen de context van het bestaande, persoonlijke netwerk. Wat betreft het aanspreken van duurzame samenwerkingen is er op dit moment geen omkadering van instanties of individuen die dit mogelijk maken. Regionaal werden er tijdens de interviews voorbeelden gegeven van goede initiatieven, maar verder gebeurt er vrij weinig en zijn de mogelijkheden beperkt. Recent werd bijvoorbeeld het Design Fest Gent opgericht wat mogelijks een aantal tekorten zou kunnen oplossen zoals netwerken en zichtbaarheid. Dit is echter (weer) een lokaal initiatief dat de stad Gent op de kaart wil zetten. De respondenten zien graag meer momenten die

ontmoeting faciliteren, maar die ook samenwerking stimuleren. De meeste informele ontmoetingen leiden immers niet tot een effectieve samenwerking. Op dit moment wordt door niemand in het veld een netwerkrol opgenomen die structuren zou kunnen opstellen die significant others, instellingen, scholen, conferenties, bedrijven en andere partners samenbrengt. Hier spreken de respondenten opnieuw over een versnipperd designveld. Ook in internationale samenwerkingen zien de significant others nog veel mogelijkheden. Hierin zouden de meeste respondenten graag netwerken open te trekken en internationale kennis naar België te halen. Wim Buts beschrijft een tekort in gespecialiseerde artistieke kennis in het onderwijs en dit zou kunnen verholpen worden door buitenlandse expertise binnen te halen. Omgekeerd zouden Haentjens (curator en journalist) en Van Loon (curator talentontwikkeling) ook naar het buitenland willen trekken om bijvoorbeeld de werking van buitenlandse gelijkaardige actoren te leren kennen en bij te leren in hoe ze hun eigen werking of expertise zouden kunnen verbeteren.

Misschien wel de meest belangrijke bevinding uit de bevraging is de vraag naar een actor, regisseur (of designbouwmeester zoals Buts het omschreef) die het Vlaamse designveld vertegenwoordigt. Een actor die naar bedrijven, overheden en het brede publiek kan communiceren wat design precies is en wat het kan betekenen voor de maatschappij. Er is op dit moment ook niemand die een overzicht bewaart over het Vlaamse designveld: Wat is er? Wat zijn de noden? Waar zijn de tekorten? Ook binnen het beleid is design een buitenbeentje, zo blijkt uit voorgaande studies. Design is gelieerd aan vele domeinen en heeft een grote inzetbaarheid en lijkt een ondankbare plek te krijgen naast de andere sectoren. Dit gebrek aan zichtbaarheid en erkenning blijkt een grote bezorgdheid. Meer gerichte communicatie en promotie zou een groter bewustzijn kunnen creëren over de economische, maatschappelijke en culturele meerwaarde van design bij bedrijven, overheden en het brede publiek. Daarnaast wordt er ook aandacht gevestigd op de precaire positie van de designcurator.

Nagenoeg alle respondenten geven aan dat er een nood is aan middelen, en dat hier ook veel afhankelijk van is. Zoals in de theorie van Holden werd beschreven worden opportuniteiten mogelijk gemaakt door middelen zoals geld, materiaal of gebouwen, technologie enzovoort (Holden, 2015). Ook al viel deze factor buiten dit onderzoek en werd dit niet specifiek bevraagd, toch werd een tekort aan middelen altijd aangegeven als een nood. Omdat er binnen Vlaanderen weinig mogelijkheden zijn om financiële ondersteuning te bekomen, zetten respondenten in op het verwerven van internationale middelen. Zo vallen initiatieven weg die een belangrijk rol vervullen voor de Vlaamse designsector. Op dit moment is veel afhankelijk van persoonlijke initiatieven

wat resulteert in een gevoelig ecosysteem. Wanneer belangrijke initiatieven wegvallen ontstaan er al snel gaten in het veld.

7 AANBEVELINGEN

Uit het onderzoek is gebleken dat er heel wat uitdagingen en tekorten zijn in het Vlaamse designveld. In bijna alle topics die besproken werden, konden verschillende noden vastgesteld worden door de significant others. De voornaamste noden worden opgemerkt binnen netwerken, informatieverstrekking en kennisdeling (waaronder onderzoek en kritische reflectie), vertegenwoordiging, internationalisering en middelen. Deze noden worden in dit onderdeel vertaald naar enkele rollen die aanbevolen worden op te nemen door een Expertisecentrum Design.

In de eerste onderzoeksvraag werd er gevraagd welke inhoudelijke/artistische kennis de significant others nodig hebben tijdens hun werkzaamheden en hoe ze deze nu verkrijgen. Uit de bevraging blijkt dat de significant others nood hebben aan een neutrale speler, zonder commerciële agenda, die communiceert over design. Een expertisecentrum wordt geadviseerd een **communicatie en promotie** rol op te nemen en daarin te communiceren over design en de designsector zichtbaar te maken. Een expertisecentrum kan informatie delen over de economische, maatschappelijke en artistieke meerwaarde van design naar overheden, bedrijven, de culturele sector, het brede publiek enzovoort. Daarnaast willen de meeste significant others op de hoogte blijven van de trends en ontwikkelingen. Op het gebied van informatie en inspiratie kan een expertisecentrum evenementen zoals lezingen, awards, prijzen, symposia, conferenties of andere evenementen uit het veld bundelen en communiceren. Doordat er zoveel beschikbaar is ervaren de significant others dit als een informatie ‘overload’. Online kanalen en sociale media blijven de voornaamste bron die geraadpleegd wordt voor deze informatie. Er kan daarom gekozen worden om te communiceren via een wederkerende publicatie, een website, nieuwsbrief of via sociale media. Het is belangrijk te reflecteren over welke informatie via welk medium het best gecommuniceerd kan worden.

Behalve trends en ontwikkelingen kwam er de vraag naar een overzicht van de hedendaagse Vlaamse ontwerpers. Wie zijn de Vlaamse ontwerpers van vandaag en waar zijn ze mee bezig? Er bestaan reeds platformen die deze informatie verzamelen (Designregio Kortrijk, Wanderfull,...), maar dit gebeurt enkel regionaal. Er wordt aangeraden om een platform te bieden waarop een overzicht te vinden is van hedendaagse ontwerpers over heel Vlaanderen zodat significant others, maar ook opdrachtgevers en andere belanghebbenden, dit kunnen consulteren.

Het gebrek aan kennis- en expertiseontwikkeling op het gebied van design zorgt voor tekorten in het designveld. Daarom wordt er aanbevolen om een **kennisdeling en -ontwikkeling** rol op te nemen. Een expertisecentrum kan het veld monitoren door het voeren of stimuleren van onderzoeken rond actuele thema's. Enerzijds kan een expertisecentrum de expertise rond brede design-beleid- en designsectorvraagstukken in antwoord op maatschappelijke uitdagingen of opportuniteiten kunnen ontwikkelen, verzamelen en delen met het hele ecosysteem (overheden, het brede publiek, opdrachtgevers, bedrijven,...). Wanneer er studies naar het veld gaan mag naast de economische waarde de maatschappelijke, culturele waarde zeker niet vergeten worden. Anderzijds kan een expertisecentrum initiatieven voor ontwikkeling en kennisopbouw over en in de Vlaamse designsector stimuleren. Bijvoorbeeld door onderzoeksgroepen samen te stellen uit individuele designers of academici, al dan niet gelinkt aan een museum. Het expertisecentrum zou ook kunnen (mee)werken aan monitoring en beleidsrelevant, artistiek, maatschappelijk onderzoek in samenwerking met het Departement CJM. Kennis en inzichten die uit de onderzoeken voortkomen kunnen overzichtelijk getoond worden via bijvoorbeeld een website, een bibliotheek,... met binnen- en buitenland.

Een andere nood binnen kennis- en expertiseontwikkeling is reflectie. Op dit moment wordt er geen aandacht gegeven aan, en is er geen ruimte voor kritiek, reflectie en beschouwing in het Vlaamse designveld. Voor designkritiek wordt voorgesteld om onderzoeksgroepen samen te stellen om de kennis die aanwezig is te bundelen, en de kennis die ontbreekt te ontwikkelen. Er is zonder meer een plaats nodig waar op een inhoudelijk reflectieve en kwalitatieve wijze over design geschreven kan worden. Deze kennis kan gedeeld worden via een online (al dan niet bestaand) platform of er kan een designrubriek opgenomen worden in een bestaand tijdschrift zoals bijvoorbeeld Rekto:Verso. Vlaanderen is een kleine regio dus internationaal zou hier ook op ingezet kunnen worden door bijvoorbeeld in het Engels te communiceren, of buitenlandse expertise binnen te halen. Anderzijds gaf Wim Buts ook het voorbeeld van Bruno Munari 'Design as Art'. Zijn beschouwingen over design werden gepubliceerd in een vrij populaire krant in de jaren '60 waardoor ook het brede publiek bereikt werd. Dit is een mooi voorbeeld van hoe ook de perceptie en de kennis van het brede publiek over design kan vergroot worden wanneer er plaats gemaakt wordt voor beschouwing.

Op dit moment wordt het hedendaagse designveld onvoldoende bewaard en gedocumenteerd. Om de Vlaamse designgeschiedenis te beschermen is er nood aan ondersteuning en het oprichten van structuren voor het archiveren en documenteren van design. VAI probeert ontwerpers te sensibiliseren om zorg te dragen voor hun eigen archief maar ze hebben geen overzicht van wie de

hedendaagse ontwerpers vandaag zijn. Hier kan een platform met een overzicht van hedendaagse ontwerpers (zoals besproken onder de communicatierol) een oplossing voor bieden. Samen kunnen ze de krachten bundelen en ontwerpers bewustmaken van het belang van eigen archiefvorming. Daarnaast creëert het gebrek aan documentatie gaten in de Vlaamse designgeschiedenis waardoor deze kennis niet doorgegeven wordt aan de nieuwe lichting ontwerpers. Ook voor onderzoekers wordt het een uitdaging om de informatie te vinden als deze niet goed gedocumenteerd en gearchiveerd is.

De tweede en derde deelvraag focust zich op de relatie tussen ontwerpers en significant others en tussen significant others onderling. Op dit moment zijn er geen sectoroverspannende netwerk-evenementen die ontmoeting tussen significant others, ontwerpers en opdrachtgevers voorzien. In een versnipperd landschap gaan veel opportuniteiten verloren als er naast elkaar gewerkt wordt. Er wordt daarom aanbevolen om een **netwerkrol** op te nemen door het faciliteren van ontmoeting, uitwisseling, dialoog en samenwerking binnen de designsector en tussen praktijkgemeenschappen, sectoren, beleidsdomeinen en het brede publiek. Een sterk ecosysteem is enkel mogelijk als er sterke samenwerkingsverbanden zijn (Holden, 2015).

Om ontmoeting tussen de significant others en ontwerpers te stimuleren moeten er structurele ontmoetingsplaatsen of evenementen voorzien worden. Door een strategie te koppelen aan de doelstellingen wordt ontmoeting duurzaam en wordt het minder afhankelijk van informele contacten en persoonlijke initiatieven. De significant others geven aan dat samenwerking meestal afhankelijk is van persoonlijke netwerken en toevallige ontmoetingen op events zoals bijvoorbeeld beurzen. Ten eerste zijn niet alle designvormen op beurzen aanwezig en zijn zij dus meer afhankelijk van andere evenementen. In de Veldverkenning Vormgeving uit 2019 werd een opsomming gemaakt van de conferenties. Dit format is het meest populair bij grafisch ontwerpers. Vandaag zijn er weinig van de opgesomde conferenties nog actief is. Dit voorbeeld illustreert dat de continuïteit van evenementen heel fragiel is. Er zijn naast de Henry van de Velde Awards weinig structurele evenementen.

Aan bestaande evenementen kan een netwerkmoment gekoppeld worden. De significant others geven aan in welk soort evenementen ze het meest geïnteresseerd zijn. Dit zou ook bevestigd kunnen worden bij de ontwerpers. Het is belangrijk te begrijpen welke groepen een evenement aantrekt. Wanneer bestaande evenementen niet de juiste formule hebben om een netwerkmoment aan te koppelen, zullen er momenten van ontmoeting gecreëerd moeten worden. Dit kan aan de hand van een lezingen, conferenties, awards of andere evenementen die structureel doorgaan en

niet afhankelijk zijn van één persoon. Door een netwerkmoment te koppelen aan een bestaand evenement kan het evenement het oorspronkelijke doel van het evenement vervullen (kennisdeling, promotie,..) alsook netwerken. Hier is echter de uitdaging om het gewenste publiek te bereiken. Afhankelijk van het onderwerp zal niet elke sub-discipline of opdrachtgever zich tot het thema van een evenement aangetrokken voelen. Het is dus een hele uitdaging om sectoroverschrijdend de gewenste actoren samen te brengen. Alternatief zouden er ook specifieke netwerkevenementen georganiseerd kunnen worden die ontmoeting in de sector stimuleren, voornamelijk gericht op netwerking, ontmoeting en dialoog. Hierbij is het heel belangrijk dat de ontwerpers zich herkennen in het concept van het evenement. Zoals Buts aangaf zien ontwerpers netwerken vaak als de 'VOKA netwerkmomenten' en hebben ze hier weinig interesse in. Het lijkt dus belangrijk om het doelpubliek (ontwerpers, opdrachtgevers, significant others...) te kennen en te kunnen bereiken. Om te weten wat de noden hierin zijn is het belangrijk dat een expertisecentrum zich inwerkt in een netwerk van voorgaande partners die actief zijn in de designsector.

Op dit moment zijn er regionale initiatieven die reeds goede initiatieven opzetten om ontwerpers met bedrijven of andere opdrachtgevers in contact te brengen. Een voorbeeld hiervan is het platform van Designregio Kortrijk waarbij het profiel van designers getoond wordt op de website. Bedrijven of organisaties kunnen dit platform gebruiken om in contact te komen met ontwerpers. Ook in Limburg is er een soortgelijk initiatief 'Wanderfull' waar hedendaagse ontwerpers een platform krijgen. Respondenten geven aan dat ze gebruik maakt van deze website omdat dit een goed overzicht geeft van wie er actief is in het designveld. Dit zijn helaas regionale initiatieven die heel wat regio's uitsluiten. Een organisatie, zoals een expertisecentrum, kan communiceren over waar hedendaagse ontwerpers vandaag mee bezig zijn en ook een overzicht kunnen geven van de ontwerpers zelf. Deze initiatieven brengen ontwerpers en significant others een stapje dichterbij elkaar. Dit kan samenwerkingen met andere organisaties stimuleren die met behulp van design hun doelstellingen willen bereiken zoals bijvoorbeeld lokale besturen. Een organisatie zou hier kunnen optreden als een soort regisseur die de versnipperde sector zou kunnen samenbrengen en ontmoetingen over verschillende disciplines en beleidsdomeinen heen zou kunnen stimuleren.

Uit ontmoetingen komen niet noodzakelijk samenwerkingen voort. Daarom zijn er ook projecten noodzakelijk die samenwerking stimuleren. Tijdens de interviews werden de projecten van Designregio Kortrijk als succesvol voorbeeld gegeven. Het lijkt dan ook logisch om verder te bouwen op deze kennis en dit met de hulp van deze actor verder uit te bouwen. Naast netwerkmomenten en een platform zou een toonplaats ook een oplossing bieden om het contact met ontwerpers te verbeteren. Zoals de significant others aangeven moeten de materiële vormen van design

gevoeld en gezien worden. Er is op dit moment weinig plek voor jonge ontwerpers die meer artistiek werken. Ook de samenwerkingen tussen de significant others kunnen verder uitgebouwd worden. Een expertisecentrum zou matchmaking kunnen voorzien tussen de significant others. Op dit moment wordt naast elkaar gewerkt terwijl expertise gedeeld zou kunnen worden met elkaar.

Een expertisecentrum kan door **internationalisering** contacten leggen met andere buitenlandse spelers om zo een netwerk uit te bouwen. In functie van uitwisseling en co-creatie kan het expertisecentrum verbindingen maken tussen de Vlaamse Designsector met internationale netwerken, professionals en organisaties. Er kunnen bijvoorbeeld relaties met buitenlandse designopleidingen, bedrijven en significant others aangegaan worden om zo uitwisseling op te zetten en te vergemakkelijken. Er kunnen uitwisselingen voor jury's, workshops, of een sterke programmatie van internationale designlezingen opgezet worden om zo kennis en expertise te verkrijgen. Ook via programma's in onderzoek en onderwijs kan buitenlandse expertise naar Vlaanderen gehaald worden. Meer residentiemogelijkheden zouden ook buitenlandse ontwerpers en expertise kunnen aantrekken om zo kennis uit te wisselen en samen projecten uit te bouwen of uit te werken.

Wat tijdens de interviews veelvuldig werd besproken is de nood aan een regisseur, een trekker voor het veld, een soort Vlaams designbouwmeester voor een versnipperd Vlaams designveld. Er is vraag naar **vertegenwoordiging** zodat er over het Vlaamse designveld gecommuniceerd wordt en de significant others vertegenwoordigd worden. Elke subsector in het designveld heeft een eigen waardeketen waardoor het moeilijk is om representatief te zijn vanuit de sector zelf naar het beleid toe. Het expertisecentrum fungeert hier als een aanspreekpunt, informatieverspreider, en neemt tevens een soort van bemiddelingsfunctie op. Het expertisecentrum behartigt de belangen van de significant others door hen te informeren, te consulteren en te mobiliseren. Doelstellingen van ontwerpers bevinden zich over een breed spectrum tussen artistieke creatie en het maken van winst. Hierin bestaat is het antagonisme tussen economie en het artistieke aanwezig. Het is aan de orde om het spanningsveld tussen de economie en het artistieke op te heffen door in beide te investeren. Er werd door enkele significant others gesteld dat de slinger doorgeslagen is naar het economische en het artistieke op dit moment minder plaats krijgt. Zowel aan de artistieke als economische belangen moet voldaan worden.

De voorgaande rollen komen inhoudelijk nagenoeg overeen met de rollen die beschreven worden in de samenwerkingsovereenkomst. Naast communicatie en promotie (communicatierol), kennisdeling en -ontwikkeling (studierol en aanjaagrol), netwerken (netwerkrol), werd bovendien een

tekort aan **middelen** besproken als een grote nood voor de verbetering van de werking van de significant others. Ook al kan een expertisecentrum hier niet in voorzien, toch kan een expertisecentrum onderzoek het veld vertegenwoordigen en deze nood bijvoorbeeld communiceren naar overheidsdiensten of andere actoren. Net omdat design zo verweven is met meerdere domeinen lijkt het de ideale kandidaat om ook te kijken naar de industrie en zullen er meerdere aanvullende financieringsmogelijkheden zijn die tot op heden onontgonnen lijken. In een verder stadium zou een expertisecentrum bijvoorbeeld op een gestructureerde manier kaderprogramma's kunnen voorzien voor onderzoek voor design. Programma's die over organisaties heen werken en thematisch werken met onderzoeklijnen die gefinancierd worden door bijvoorbeeld publiek-private samenwerkingen. De vraag naar middelen kwam eigenlijk vooral van actoren die te weinig middelen krijgen om hun initiatieven te kunnen uitvoeren. Ze gaan daarom vaak in het buitenland op zoek naar financiering, al is dit heel moeilijk te verkrijgen. Dit werkt ontmoedigend en resulteert in het ophouden met bestaan van deze initiatieven. Het designveld bestaat niet alleen uit menselijke actoren maar ook uit geld, gebouwen, objecten,... die eveneens actoren zijn en deel uitmaken van het hele designveld.

Naar de toekomst toe is het essentieel dat rekening gehouden wordt met de grote diversiteit in de sector en een beleid op maat voorzien wordt dat over departementen (cultuur, economie, innovatie, onderwijs, buitenlands beleid) heen kijkt. Ook de coördinatie tussen beleidsniveaus (Vlaams, regionaal, Europees, Belgisch) is belangrijk voor het verbinden van het veld. Doordat publieke overheden een belangrijke rol vervullen in de culturele en artistieke domeinen door hun ondersteuningsbeleid, hebben ze als gevolg hiervan ook een invloed op het designveld. Cultuur ontstaat wanneer mensen met hun ideeën, vaardigheden en capaciteiten de juiste kansen vinden en deze kansen worden geholpen of onderdrukt door politiek en beleid (Holden 2015). Om de werking van de significant others, de relaties tussen de significant others onderling en de relaties tussen de significant others en ontwerpers te verbeteren is het wenselijk om een Expertisecentrum Design de voorgaande rollen te laten opnemen om de hiaten in het veld op te lossen. Het lijkt voordelig om hierin maximaal gebruik te maken van de bestaande kennis en ervaring bij de spelers in het huidige designveld.

8 TEKORTKOMINGEN UIT HET ONDERZOEK

Zoals elk onderzoek heeft ook dit onderzoek een aantal beperkingen. Om de noden van de significant others in het Vlaamse designveld in kaart te brengen werd gekozen voor een kwalitatieve onderzoeksmethode. De resultaten moeten dan ook in het licht van deze methode bekeken worden. Om representatief te kunnen zijn is hiervoor een kwantitatieve onderzoeksmethode aangegeven, dat was echter niet het doel van deze thesis waarin voor een kwalitatieve onderzoekspopzet is gekozen.

In de theorie werd besproken hoe een cultureel product of dienst waardeloos is zonder een waardesysteem en een productieketen die waarde en betekenis geeft (Thoelen, 2020). Dit is de laatste fase ‘consumptie’ in de productieketen. Hierin speelt de consument als significant other een heel belangrijke rol. Tijdens de interviews werd er, wanneer het van toepassing was (designwinkel, beurs,..), gevraagd naar de noden van de consument. De meeste respondenten hadden hier echter geen zicht op. Het zou interessant zijn in vervolgonderzoek om de noden van de consument te toetsen in kwalitatief of kwantitatief onderzoek. In dit onderzoek is de consument echter niet bevraagd. Een ander perspectief dat niet bevraagd is, is dat van de ontwerpers zelf in relatie tot de significant others.

Ook designcurator lijkt een zeer onzekere positie te hebben in het Vlaamse designveld. Dit lijkt een interessant topic voor vervolgonderzoek. Er zijn op dit moment namelijk geen theoretische designopleidingen voor curatoren in Vlaanderen. Omdat reflectie toch als een nood omschreven werd door de significant others lijkt het belangrijk om de curatoren hierin verder te bevragen. Werking van de huidige intermediairen op een academische onderzoeksmatige manier analyseren.

Er zijn sommige organisaties of personen die op dit moment minder of andere noden hebben dan aan het begin van hun carrière. Een voorbeeld hiervan is de galerie Maniera. Op het einde van het interview met Amaryllis Jacobs vatte ze kort samen dat ze veel meer noden hadden in de eerste jaren na de opstart van de galerie. Uiteindelijk hebben ze zelf hun weg moeten zoeken in wat Jacobs beschrijft als een ‘zeer harde wereld’. Dit kan licht schijnen op waarom er zo weinig designgaleries zijn in Vlaanderen. De selectie significant others die bevraagd werden, zijn experts uit het veld die reeds hun plekje in het Vlaamse designveld bemachtigd hebben. Daarnaast zijn er vele journalisten, curatoren, galeries,... die door uitdagingen of tegenslagen niet meer actief zijn in het veld, of gewoon moeilijker te bereiken zijn.

Naast hun eigen noden konden de significant others nog heel wat andere gebreken en tekortkomingen vaststellen voor designers en voor de hele designsector. Deze zijn niet in dit onderzoek opgenomen omdat hier enkel de noden van de significant others werden bevraagd. Het is echter belangrijk om de designsector als een ecosysteem te bekijken waarin de significant others een belangrijke rol spelen en eveneens door hun expertise een goed overzicht hebben van wat er misgaat in het ecosysteem (Holden, 2015). Er wordt in dit onderzoek dus maar een beperkt aantal noden gedeeld.

De conclusies die gemaakt worden moeten worden bekeken vanuit deze beperkingen in het onderzoek. Om een volledige analyse te kunnen maken over de noden uit het designveld zou hierover zou er nog extra onderzoek, en meer tijd nodig zijn om de voorgaande personen te bevragen of topics te onderzoeken.

9 BIBLIOGRAFIE

- Baarda, B., Bakker, E., Boullart, A., Julsing, M., Fischer, T., Peters, V., & Velden, T. (2019). Basisboek kwalitatief onderzoek. Noordhoff Uitgevers. 239–252.
- Becker, H. S. (2008). Art Worlds (25th Anniversary Edition). University of California Press.
- Böröcz, Z. & Thoelen, A. (2019). Memorandum Vormgeving. Intern document.
- Böröcz, Z., & Thoelen, A. (2019). Veldverkenning vormgeving. Departement Cultuur, Jeugd en Media.
- Cultuurloket. (2021). Missie en visie. <https://www.cultuurloket.be/missie-en-visie>
- de Heusch, S., Dujardin, A., & Rajabaly H. (2011). De kunstenaar, een ondernemer? De ondernemende kunstenaar, een projectmatige werkkraacht. SMartbe/ LannooCampus. 15–28.
- Design Vlaanderen. (2017). Ondernemersgids. Flanders DC. 3–4. https://www.flandersdc.be/uploads/guides/gids_design_nl.pdf?production-f709faa
- Doblin, J. (1987). Analysis and Intuition. A short, Grandiose Theory of Design. STA Design Journal, 6-16. <https://www.doblin.com/dist/images/uploads/A-Short-Grandiose-Theory-of-Design-J.-Doblin.pdf>
- Flanders DC. (2015) Impactstudie Creatieve Industrie. 141–142.
- Heskett, J. (2005). Design: A Very Short Introduction. Oxford University Press.
- Hewison, R. (2014, november). The Creative Industries do not Exist (but may have to be invented) [Conferentie]. My Creativity Conference, Amsterdam , Nederland.
- Holden, J. (2015). The Ecology of Culture. Arts and humanities Research Council.
- Jambon, J. (2020). Strategische Visienota Kunsten. Vlaamse regering. 10–11. <https://beslissingenvlaamseregering.vlaanderen.be/document-view/5E7CB9115AB66F0008000165>
- Jones, J. C. (1992). Design Methods (2de ed.). Wiley.

- Kunstenpunt. (2019). Landschapstekening Kunsten 2019. Antilope De Bie. 91–100
https://wp.assets.sh/uploads/sites/4718/2020/05/Landschapstekening_Kunsten_2019Kunstenpunt_1.1.pdf
- Kunstenpunt. (2020). Landschapstekening 2019: Architectuurcultuur & Design. Kunsten.
<https://kunsten.be/nu-in-de-kunsten/landschapstekening-2019-architectuurcultuur-design/>
- Kunstenpunt. (2021). Veelgestelde vragen over Kunstenpunt.
<https://www.kunsten.be/over-kunstenpunt/faq/>
- Levy, S. J. (1959). Symbols for sale. Harvard Business Review. 117–124.
https://www.uibk.ac.at/smt/marketing/brandresearchlab2/files/symbolsforsale_levy.pdf
- Liot, F. (2010). Projets culturels et participation citoyenne: Le rôle de la médiation et de l'animation en question. L'Harmattan. 179–180.
- Maenhout, T., De Voldere, I., Onkelinx, J. & Sleuwaegen, L. (2006). Creatieve Industrie in Vlaanderen. Flanders DC.
- Menger, P. (2005). Les intermittentes du spectacle. EHESS éditions. 161–204.
- Mortelmans, D. (2020). Handboek kwalitatieve onderzoeksmethoden. Acco.
- Nicolas-Le Strat, P. (2005). L'expérience de l'intermittance: dans le champ de l'art, du social et de la recherche. L'Harmattan.
- NVivo 12: Introduction and what is NVivo? (2019). YouTube.
https://www.youtube.com/watch?v=rnBBJDW4RhI&list=PLjCDy_BmhjHJsZnHXpMMC7OVUr7BcpgX8
- oKo. (2021). Over oKo. <https://overlegkunsten.org/nl/over-oko>
- Redström, J. (2017). Making Design Theory. Amsterdam University Press.
- Schramme, A., & Verboven, N. (2020). Cultuurmanagement. De regels van de kunst. (2de ed.). Lannoo. 402

Siongers, J., Willekens, M., Pissens, L., & Lievens, J. (2018). Wie heeft het gemaakt? Een onderzoek naar de sociaaleconomische positie van architecten en designers in Vlaanderen. Onderzoeksgroep CuDOS. <https://www.vlaanderen.be/cjm/sites/default/files/2020-01/onderzoek-socialeconomische-positie-van-architecten.pdf>

SmartBe. (2010). Kunstenaars en hun tussenpersonen. Smartbe/ LannooCampus.

Thoelen, A. (2020). Cursus IMO. Intern document. 20–29

Van Andel, W., & Schramme, A. (2015). Creatieve industrieën in Vlaanderen: mapping en bedrijfseconomische analyse. Flanders DC. 145

Van Geystelen, A. (2020). Nota Z33 – PURPOSE. Intern document.

Vandyck, K. & Larock, Y. (2017). Aanbevelingen voor een vernetwerkte bovenbouw cultuur. Departement Cultuur, Jeugd & Media. <https://www.vlaanderen.be/publicaties/aanbevelingen-voor-een-vernetwerkte-bovenbouw-cultuur>

Vlaams parlement. (2018). Tekst aangenomen door de plenaire vergadering van het ontwerp van decreet betreffende de bovenlokale cultuurwerking. 8–9

Vlaamse Gemeenschap. (2020). Samenwerkingsovereenkomst 2020-2022. Intern document.

Vlaamse regering. (2021). Ontwerp van decreet over de ondersteuning van de professionele kunsten. 2 <https://codex.vlaanderen.be/PrintDocument.ashx?id=1024099&datum=&geannoteerd=false&print=false>

Vlaamse regering. (2018). Beheersovereenkomst tussen de vlaamse overheid en cultuurloket vzw voor de beleidsperiode 2018 – 2022. 2–5
https://www.cultuurloket.be/sites/default/files/2019-06/beheersovereenkomst_cultuurloket_vzw.pdf

Z33. (2016). Z33 Bouwt. <https://web.archive.org/web/20160524164115/http://www.z33.be/projecten/z33-bouwt-0>

Z33. (2021). Historiek. <https://www.z33.be/over/z33/>

10 BIJLAGEN

10.1 Bijlage 1: E-mail aan de respondenten

Onderwerp: Interview Expertisecentrum Design

Beste (naam van de deelnemer),

Ik ben Myrthe Pieniakowski, masterstudent Cultuurmanagement aan de Universiteit Antwerpen. In het kader van mijn masterproef en stage bij Z33 voer ik momenteel onderzoek naar een toekomstig Expertisecentrum Design. Uit voorgaand onderzoek “Veldverkenning Vormgeving 2019” (Thoelen, A., & Böröcz, Z.) is gebleken dat er verschillende tekorten zijn in het Vlaamse designveld. Het is vanuit deze vaststellingen dat Z33—Huis voor Actuele Kunst, Design & Architectuur in opdracht van de Vlaamse Gemeenschap onderzoekt hoe een Expertisecentrum Design kan worden vormgegeven.

Naast een onderzoek naar buitenlandse designcentra en -steunpunten, en de noden van de designers zelf, wil ik in mijn onderzoek pijlen naar de noden en verwachtingen van de tussenpersonen. Dit zijn de personen in en rond de designsector zoals bijvoorbeeld galleries, musea, design labels, awards, curatoren, freelance journalisten, opleidingshoofden, enz... Samen met Annelies Thoelen en Heleen Van Loon is er een selectie gemaakt van enkele tussenpersonen uit het Vlaamse designveld. **Via deze wil ik u graag uitnodigen voor een interview. Vanuit uw expertise als** (functie van de deelnemer bv opleidingshoofd) **zou ik graag meer te weten komen over wat uw noden en verwachtingen zijn voor een toekomstig Expertisecentrum Design.** De resultaten van de interviews zullen bijdragen aan het ontwikkelen van een visie voor de rollen en taken van het Expertisecentrum.

Het gesprek zou digitaal verlopen via Zoom, Teams, Skype, Google Meet of een ander platform van uw voorkeur. Mits uw toestemming, zal het gesprek opgenomen worden om later in het onderzoek te verwerken. Het interview zal maximum 60 min in beslag nemen. Kan u enkele momenten doorgeven die voor u passen? Dit kan vanaf .../... tot en met .../... (voor mij kan dit ook tijdens het weekend of 's avonds). Ook als er nog verdere vragen zijn mag u deze zeker stellen.

Alvast bedankt!

Met vriendelijke groeten,
Myrthe Pieniakowski

10.2 Bijlage 2: Overzicht respondenten

RESPONDENT	FUNCTIE
Heleen Van Loon	Heleen Van Loon is curator en coördinator talentontwikkeling bij Z33 — Huis voor Actuele Kunst, Design en Architectuur te Hasselt. Daarvoor coördineerde ze tien jaar lang Designplatform Limburg. Ze werkt sinds 2018 voor Z33 waar ze de talentontwikkelingstrajecten Currents en Format coördineert.
Wim Buts	Wim Buts is opleidingsverantwoordelijke en curriculumverantwoordelijke productdesign aan Luca School of Arts te Genk. Hij werkte mee aan verschillende design gerelateerde onderzoeksprojecten als onderzoeksmedewerker en startte recent een doctoraatsonderzoek als ontwerper.
Dieter Van Den Storm	Dieter Van Den Storm startte zijn carrière als freelance journalist bij De Standaard Magazine. Sinds 2005 werkt hij als coördinator bij de Biënnale Interieur. Vandaag is hij journalist, curator, creatief & communicatie directeur bij MAD Brussels en coördinator bij de Biënnale Interieur (Designer van het jaar award).
Liv Vaisberg	Liv Vaisberg is medeoprichter van de beurs Collectible (Brussel). Ze is al jaren actief in de kunstwereld als cultureel ondernemer en directeur van verschillende kunstbeurzen. In 2017 richtte ze tevens haar eigen strategisch adviesbureau Liv Vaisberg _ Office for Art & Design in Rotterdam op. Daarnaast is ze gastdocent aan het HISK (Gent) en lid van verschillende jury's (waaronder de Dutch Design Award en Henry van de Velde Award).
Christian Oosterlinck	Christian Oosterlinck startte in 1992 bij Vizo dienst kunstambachten. Later ging hij werken voor Design Vlaanderen en was verantwoordelijk voor het tijdschrift Kwintessens en voor internationale beurzen en de internationale promotie van design. Op dit moment is hij projectmanager promotie & events voor designbeurzen bij Flanders DC.
Elien Haentjens	Elien Haentjens is reeds meer dan tien jaar actief als freelancejournalist en schrijft voor verschillende magazines. Daarnaast is ze ook curator voor de Deens galerie Adorno en werkt ze aan verschillende buitenlandse projecten. Voor bepaalde projecten is ze verbonden aan KASK Gent en geeft hier ook les.
Lise Van Tendeloo	Lise Van Tendeloo is projectmanager bij Designregio Kortrijk.
Tom Devoldere	Tom Devoldere is eigenaar van designwinkel De Beste Kamer in Kortrijk.
Hugo Puttaert	Hugo Puttaert is oprichter en organisator van de conferentie Integrated in Antwerpen. In 1990 richtte hij zijn eigen ontwerpstudio Visionandfactory

	op en startte als zelfstandig ontwerper. Deze praktijk heeft hij sindsdien gecombineerd met docentschap aan Sint Lucas Antwerpen. Binnen deze functie nam hij verschillende verantwoordelijkheden op: zowel hoofd van de master als hoofd van de afstudeerrichting grafisch ontwerp.
Siegrid Demyttenaere	Siegrid Demyttenaere is creatief directeur en mede-eigenaar van DAMN Magazine. Daarnaast is ze curator en maakt tentoonstellingen voor onder andere het Design Museum in Gent. Ze werkt op dit moment samen met verschillende partners aan een designfestival in Gent.
Ilse Dedeken	Ilse Dedeken is zaakvoerder bij Verilin (Kortrijk).
Amaryllis Jacobs	Amaryllis Jacobs, medeoprichter galerie MANIERA (Brussel).
Liesbeth Huybrechts	Liesbeth Huybrechts is postdoctoraal onderzoeker op het gebied van Participatory Design. Ze geeft les in participatief ontwerp (architectuur) aan UHasselt.
Stijn Maes	Stijn Maes is directeur van het Frans Masereel Centrum in Kasterlee. Daarvoor is hij een zevental jaar verbonden geweest aan PXL in Hasselt als coördinator vrije kunsten en als docent.
Nina Serulus	Nina Serulus studeerde kunstgeschiedenis aan KU Leuven en Design Cultures aan de Vrije Universiteit Amsterdam. Ze promoveerde daarna in Ontwerpwetenschappen aan de Universiteit Antwerpen. Ze is verbonden aan verschillende onderzoeksprojecten en cureerde verscheidene designtentoonstellingen. Op dit moment is ze consultant design bij VAI.

10.3 Bijlage 3: Topiclijst diepte-interviews

NUMMER	TOPIC	SUBTOPIC	VOORBEELDVRAAG
1. 1.1 1.2	Formele gegevens	Naam van de respondent Datum interview	
2. 2.1 2.2 2.3 2.4	Introductie	Voorstellen + Masterscriptie Uantwerpen Doelstelling en onderwerp Duur +- 45 minuten Toestemming en naamsvermelding	Dit interview heeft tot doel het in kaart brengen van de noden van de tussenpersonen in en rond de Vlaamse designsector. De bevindingen van dit interview worden gebruikt om na te gaan op welke manier tegevoetgekomen kan worden aan de noden van significant others, door een Expertisecentrum Design. Expliciet toestemming vragen om het interview te mogen opnemen. Als de respondent geen verdere vragen meer heeft, kan het interview van start gaan.
3.	Profielchets		Op welke manier bent u professioneel actief in de designsector?
4. 4.1	Netwerking	Internationalisering	Welke noden heeft u in het ontwikkelen van een netwerk? Zijn er voldoende mogelijkheden tot ontmoeting, uitwisseling, dialoog en samenwerking binnen het designveld of andere sectoren? (projecten, netwerkevents,..) Welke noden heeft u op vlak van internationalisering? Heeft u nood aan internationale netwerken of samenwerkingsverbanden? Heeft u nood aan meer

4.2		Samenwerkingen met ontwerpers	<p>informatie over hoe duurzaam en ecologisch internationaal werken, connecties met andere beleidsdomeinen in het buitenland, kennisdeling ect...</p> <p>Hoe komen samenwerkingen met ontwerpers tot stand? (Hoe scouting, eerste gesprekken, afspraken, ...?) Op welke manier onderhoudt u deze relaties? Wat is noodzakelijk om een duurzame relatie te ontwikkelen/ voortzetten met ontwerpers?</p>
4.3		Samenwerkingen met andere actoren	<p>Hoe komen samenwerkingen met andere spelers tot stand? Zijn er noden in deze samenwerkingen? (andere sectoren/actoren, geen ontwerpers)</p>
5.	Kennisuitwisseling en kruisbestuiving		<p>Heeft u nood aan kennisdeling binnen de designsector en over de designsector naar andere spelers binnen een breder ecosysteem?</p>
6.	Informatievertrekking		<p>Op welke manier houdt u een overzicht over het veld? Heeft u nood aan meer informatie over het designveld? Op welke manier houdt u een overzicht over het veld? Waar haalt u relevante en actuele informatie over het designveld?</p>
7.	(Veld) Onderzoek		<p>Welke noden aan onderzoek heeft u binnen de designsector? (Onderzoek over maatschappelijk belang designsector, onderzoek naar economisch belang van de designsector, naar ontwikkelingen en tendensen, ...)</p> <p>Onderzoek over design?</p> <p>Onderzoek door design?</p>

9.	Inspiratie		Heeft u nood aan inspiratie in de vorm van workshops, brainstroms, masterclasses, lezingen/symposia, publicaties? Welke onderwerpen zouden voor u aan bod mogen komen?
10.	Vorming		Welke noden heeft u in het uitbouwen van uw artistieke en inhoudelijke kennis? Op welke manier verkrijgt/deelt u deze kennis nu? (Informatie over trends en ontwikkelingen binnen de designsector) (bij onderwijs: “de kennis” die ze nodig hebben van de ontwikkelingen in het designveld om mee te geven aan designers in spe/om hen door te verwijzen)
11.	Communicatie		Heeft u nood aan uitbouw van communicatie bv: informatieverstrekking over awards selecties voor awards, en het behalen van prijzen door ontwerpers ect,...
12.	Promotie		Welke noden heeft u aan promotie, erkenning en zichtbaarheid voor uw organisatie? (bv awards, internationalisering,...) Heeft u nood aan promotie, erkenning en zichtbaarheid voor uw vakgebied naar de overheid, andere actoren en het brede publiek (binnen Vlaanderen en internationaal)?
13.	Deskundigheidsbevordering		Welke noden heeft u die zouden helpen bij de verbetering van de eigen werking?
14.	Begeleiding		Welke noden heeft u aan professionele begeleiding? (advies, vormingen, coaching,...)

15.	Ondersteuning		Zijn er nog andere elementen van ondersteuning die ik niet aangehaald heb waar u nood aan heeft?
16.	Interview beëindigen		<u>Bedanken voor medewerking en tijd</u>

10.4 Bijlage 4: Voorbeeld codering NVivo

Bijlage X: Interview Wim Buts

Geïnterviewde: Wim Buts (WB)
 Interviewer: Myrthe Pieniakowski (MP)
 Datum: 25 maart 2021 om 14.00 uur
 Locatie: Teams

MP: Op welke manier bent u zelf professioneel actief in de designsector?

WB: Ik ben zelf enerzijds vanuit het onderwijs actief, ik ben zelf opleidingsverantwoordelijke productdesign aan LUCA School of Arts en ben ik curriculumverantwoordelijke waar ik eigenlijk programma's samenstel. Maar ben ik ook verder organisatorisch verantwoordelijk. Daarnaast ben ik ook als onderzoeker actief. Ik ben zeer recent met een doctoraatsonderzoek gestart als ontwerper. Dat is eigenlijk nog maar heel pril dat onderzoek. Daarnaast ben ik zelf ontwerper, die praktijk ligt nu een tijdje stil. Maar ik heb ook een tijd als ontwerper meegedraaid ook in andere onderzoeksprojecten die design gerelateerd zijn, als onderzoeksmedewerker.

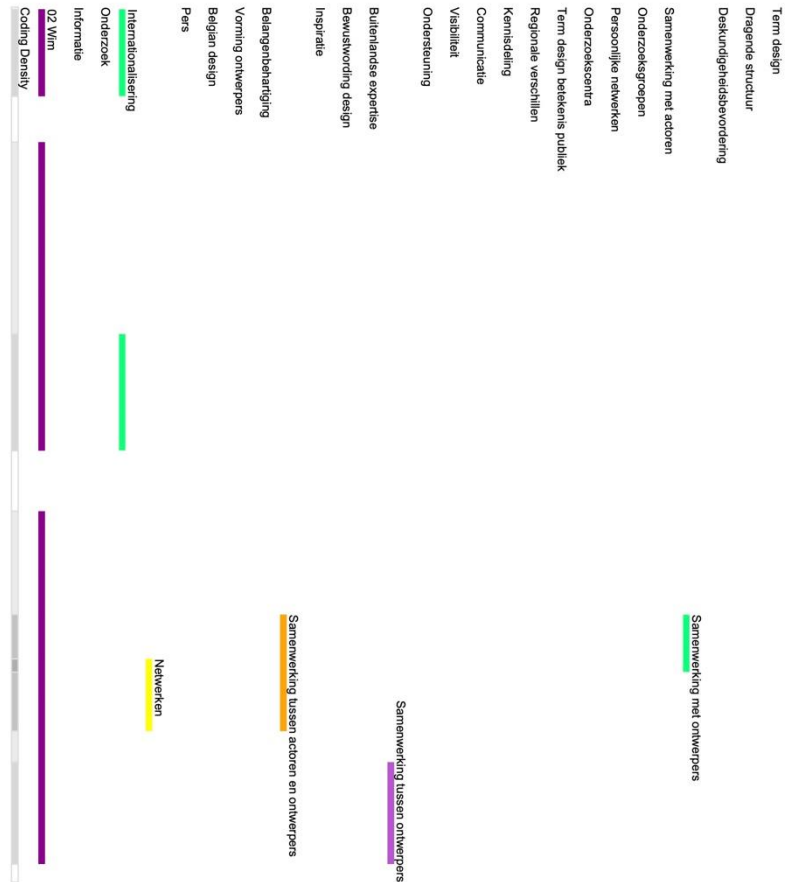
MP: De eerste vragen gaan over netwerking. Welke noden heeft u in het ontwikkelen van een netwerk. Zijn er voldoende mogelijkheden tot ontmoeting, uitwisseling, dialoog en samenwerking binnen het designveld of andere sectoren?

WB: Die zijn er zeker, maar ik mis er wel die die hele brede veld afdekken. Dus je hebt heel wat lokale initiatieven die dan regionaal niet alles gaan afdekken. En je hebt dan ook die initiatieven die op ondernemerschap gericht zijn, maar eigenlijk wordt zowel geografisch als inhoudelijk in de meeste netwerkmomenten die er nu zijn alles vrij fragmentarisch aangepakt. Er is geen echte koepel of containerplek waarin dat eigenlijk verschillende type ontwerpers, mensen die meer op een artistieke manier bezig zijn, mensen die meer aan de industrie gelieerd zijn, waar die elkaar kunnen ontmoeten. En ik heb de indruk dat nu in Antwerpen, nu dat Antwerp Powered by Creatives daar ontstaan is, dat daar wel terug een duidelijke scene ontstaan is. Maar bijvoorbeeld in Limburg nu dat het Designplatform minder actief is, dus ik denk dat er wel enerzijds lokale initiatieven zijn in die er zijn. Maar ook hebben ze vaak ieder hun eigen niche vaak waardoor het een beetje naar mijn gevoel toch altijd dezelfde scene is die zich in een bepaald netwerk omgeving blijft herontdekken of blijft ontmoeten. Dus eigenlijk een plek waar dat je dit volledig zou kunnen opentrekken en over design disciplines heen, of over regionale contracten heen een echt contact gelegd wordt, die zijn er misschien te weinig op dit moment. Ontwerpers zijn van nature niet altijd de beste netwerkers, er zijn een paar geboren netwerkers die daarop zichzelf in exploreren. En er zijn ook heel veel ontwerpers die zich daar heel afzijdig van houden en die netwerken eerder als zo die UNIZO en Voka events zien, maar zichzelf als ontwerper zich daar minder in gaan herkennen. Op zich is het wel moeilijk om een uniforme manier van netwerken te voorzien omdat ontwerpers hun eigen praktijk zien, en beleven, dat is heel divers en verschillend. Want vaak zijn die events dan net gericht op mensen die autonoom zijn, of zelfstandig werken als ontwerper. Maar bijvoorbeeld een ontwerper die binnen een studio werkt of binnen een ontwerpafdeling binnen een bedrijf werkt voelt zich daar dan vaak ook weer niet tot aangetrokken. Dus het is wel vrij gefragmenteerd.

MP: Welke noden heeft u op vlak van internationalisering? Heeft u nood aan internationale netwerken of samenwerkingsverbanden?

WB: Ja ik denk dat er vooral ook heel veel noden zijn om expertise binnen te halen. We zitten daar ook met het onderwijs tegenaan, maar je ziet bepaalde ontwerpbenaderingen. Een jaar of tien geleden is plots iedereen op het servicedesign gesprongen, als ik het echt vanuit productdesign standpunt kijk. En dat is ook een soort van expertise die binnengehaald is maar ik merk dat er in sommigen ook cultureel gebonden andere benaderingen van design zijn. Waar het maatschappelijke meer naar voor mag komen of waar misschien net het industriële meer naar voor komt. En dat we daar denk ik die expertise vaker moeten kunnen binnenhalen. Door bepaalde workshops aan te bieden van ontwerpers die met bepaalde methodieken werken. Bijvoorbeeld om die ook binnen het onderwijs te kunnen binnenhalen. Ik vanuit mijn positie als onderzoeker, nu zet ik even mijn hoedje als doctoraatsonderzoeker op, daar wil ik eigenlijk methodes van toekomstverkenning ook gaan onderzoeken en die gaan koppelen aan een industriële context. En dan zie je bijvoorbeeld, speculatief design is eigenlijk iets wat we in onze contreien niet kennen. Waar maar heel weinig ontwerpers hun praktijk speculatief kunnen uitbouwen, of het zo bestempelen, terwijl dat we merken dat daar internationaal toch wel wat meer aandacht





aan gegeven wordt en er meer expertise is. En is een stuk ook kip of ei verhaal, als je dan ziet wie dat hier in België daar rond werkt zijn dat ook mensen die vaak in het buitenland opgeleid zijn. Het is natuurlijk ook als onderwijsinstelling, dat is onze taak ook of onze uitdaging, als we niet op van die nieuwe ontwikkelingen zouden kunnen opspringen, ja dan merk je dat de ontwerpers die uitstromen ook niet die bagage meehebben. Dus ik denk dat we vaker expertise in het buitenland ontwikkelt zouden moeten kunnen binnenhalen en hen hierdoor te laten inspireren.

MP: Worden die internationale samenwerkingsverbanden vanuit de opleiding geïnitieerd?

WB: Ja, en we gaan daar decretaal ook veel meer toe verplicht worden. Onze internationale credits gaan gemonitord worden. Dus daar zijn we nu volop mee bezig. Alle opleidingsonderdelen waar studenten internationale contracten hebben worden nu gemonitord en daar gaat ook een financiering vanaf hangen, waardoor toch heel wat studenten in aanraking komen. Elke student heeft eigenlijk de kans om in het buitenland een semester een studie te gaan aanvatten. Zoals elke opleiding biedt, een Erasmus studie. In onze opleiding heeft elke student de kans om drie maanden stage in het buitenland te houden, dat is een kans die vaak gegrepen wordt. En we zijn nu omwille van de covid maatregelen, zijn al die internationale projecten afgesprongen, gaan we in de toekomst ook veel meer inzetten. Er zijn een paar Europese programma's waarin je in je eerste jaar na afstuderen internationale stage ook mag volgen waar je dan een beurs voor kan krijgen. En daar gaan we nu ook meer op inzetten. Maar ik denk dat daar ook, en er zijn in het verleden wel een paar initiatieven geweest om een beetje de brugfunctie te kunnen zijn vanuit zo'n netwerk. Vanuit een organisatie stageplekken aanbiedt. Ik denk dat daar wel de drempel verlaagt kan worden voor studenten. Ik denk dat zowel van ons als onderwijs naar administratie en naar beursprogramma's die er zijn, daar kunnen wij veel meer in helpen. Maar ik denk iemand die zijn netwerk kan aanbieden op gebied van interessante contacten op gebied van vergelijkbare kenniscentra in het buitenland die ook netwerk hebben om daar een soort van bemiddelingsfunctie te kunnen hebben om in goede stageplekken bijvoorbeeld terecht te komen. Stel dat we met een paar strategische centra zouden kunnen samenwerken, waardoor we gemakkelijk van hun stagiaires naar Belgische bedrijven kunnen gaan en wij naar Duitse, Spaanse, Portugese, ik zeg maar, bedrijven zouden kunnen gaan, denk ik wel dat dat zo voor pas afgestudeerden een heel interessant netwerk is. En in het verleden zijn er wel een paar van die programma's geweest maar volgens mij liggen die ondertussen als meer dan tien jaar stil. Daar is volgens mij wel nood aan.

MP: Op welke manier onderhoudt u relaties met alumni/ontwerpers? Wat is noodzakelijk om een duurzame relatie te ontwikkelen/ voortzetten met alumni/ontwerpers?

WB: Wij trachten die met onze alumni voor een stuk verder uit te bouwen en te ontwikkelen. Dat is iets waar we eigenlijk een jaar of twee actief mee gestart zijn. De opleiding bestond vijftig jaar en dat was een goed initiatief om alumni terug warm te maken en terug te connecteren met de opleiding. We proberen daar een soort van win win te streven zoals bij elke samenwerking. Er moet voor beide partijen wel iets inzitten. Wij hopen hun netwerken gedeelt te kunnen krijgen. En wat ze eigenlijk ook wel vaak vrij vlot doen. Mensen die in een bedrijf werken die een samenwerking met een bedrijf voorstellen. Ontwerpers zelf wat daar de meerwaarde in zit is dat daar ook het complementair zijn heel erg belangrijk gaat worden. Ik denk dat daar ook ontwerpers mekaar zeker kunnen vinden. Het is ook niet gemakkelijk om opdrachtgevers te vinden en soms de reflex is om af te schermen om als blijkt om een opdracht binnen te halen zie je soms ook dat ontwerpers mekaar blijven vinden omdat ze heel complementair kunnen zijn. Iemand die meer op uitwerking gefocust is, iemand die meer op het conceptuele gefocust is. En ik denk we daar mekaar makkelijker kunnen vinden. Nu gaat het vaak om veel persoonlijke relaties die zo opgezet worden, waar mensen die elkaar al lang kennen studiegenoten zijn in eenzelfde netwerk zitten en dat die dingen wel vlot lopen maar er is natuurlijk zoveel meer expertise aanwezig, denk ik dat daar soms wel, zeker als het om oproepen gaat, ik weet dat binnen architectuur wordt dat soms gedaan om bepaalde teams samen te brengen als er een openbare oproep is. Ik denk het gebouw van Z33 daar het gevolg van is als ik me niet vergis. Denk ik dat dat ook wel kan helpen, omdat er ook als je binnen Vlaanderen kijkt inderdaad, en dan bekijk ik design enkel vanuit productdesign standpunt heel even, en vanuit de andere. We zijn maar met drie opleidingen eigenlijk, we kennen elkaar, we ontmoeten elkaar toch wel. Maar toch merk je dat ook daar de culturen zo meegegeven worden vanuit de opleiding. Dat daar ook de pijlers vaak rond een netwerk van ontwerpers uit dezelfde opleiding opgebouwd wordt. Die dezelfde manier van denken hebben en dit ook makkelijk kunnen communiceren, maar je ziet heel weinig samenwerken tussen studenten of alumni uit die verschillende opleidingen. Vaak blijft men, zie ik dat studenten uit onze opleiding netwerken met hun studiegenoten gaan opbouwen. Mensen die in Antwerpen afgestudeerd zijn, dat blijft ook heel erg gesloten rond hun manier van werken.

MP: Op welke manier zetten jullie op dit moment in op deze samenwerkingsverbanden?

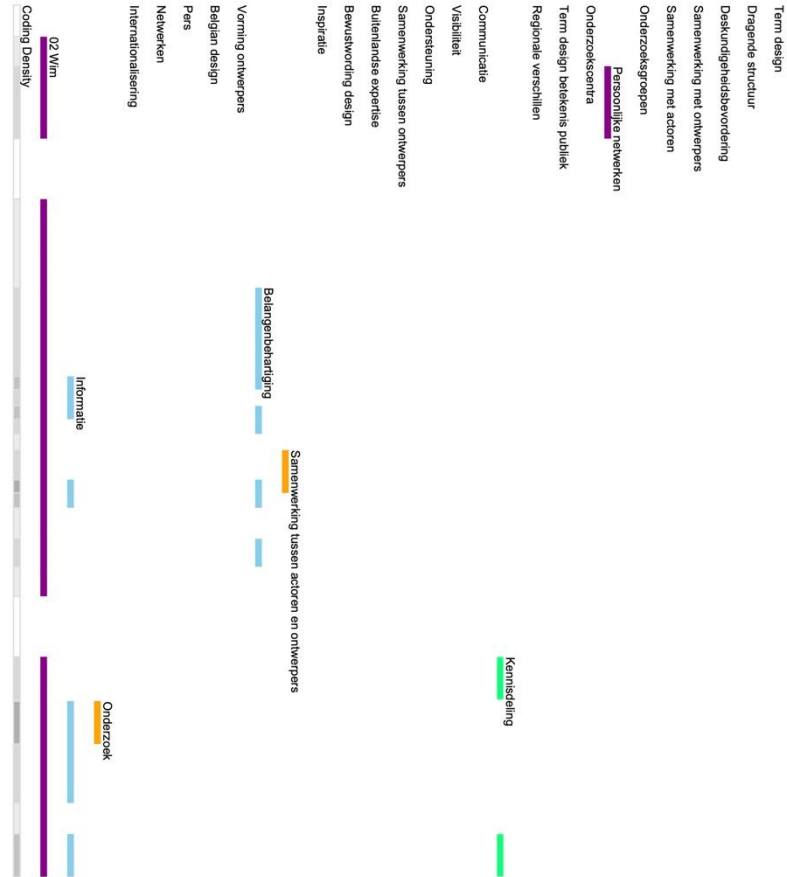
WB: Met productontwikkeling Antwerpen doen we één keer per jaar een workshopweek gelijktijdig, nu de schaal is ook heel anders. Wij zijn vanuit de kleinste opleiding. Wij bestaan in het totaal uit 80 studenten. In de andere twee opleidingen start men met 80 studenten dus de schaal is heel anders. Maar bij productontwikkeling Antwerpen, maar dat is dan ook weer zijn persoonlijk netwerk, een van de docenten daar is een oud student van onze opleiding en van daaruit zijn we ooit gevraagd om mee in zo een workshopweek te stappen waar we gemengde teams maken van onze studenten met productontwikkelingsstudenten. Maar daar blijft het dan ook wel bij. Daar zou wel meer mogelijk zijn.

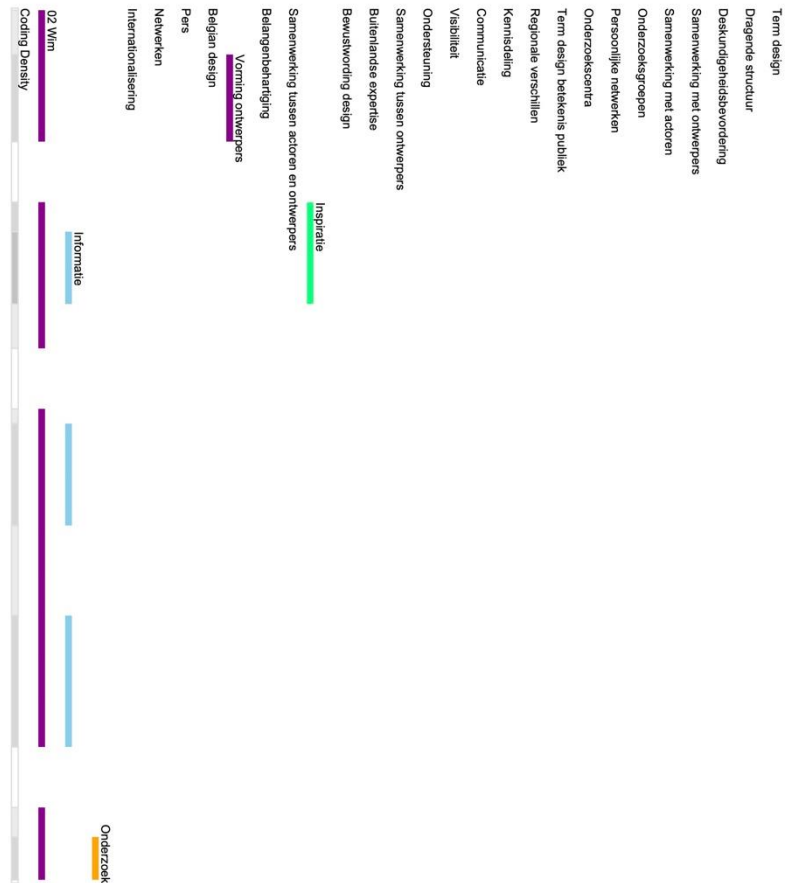
MP: Hoe komen de samenwerkingen met andere actoren in het veld tot stand? En zijn daar nog noden in het samenwerken met andere sectoren, andere actoren (die niet ontwerpers zijn)?

WB: Wel, die lukken relatief makkelijk. Ik denk dat onderzoek daar bij ons een sterke katalysator is in is. Mensen zijn met een eigen onderzoeksproject bezig, en zoeken daar zelf contacten in op, en nemen die ook mee naar het onderwijs. Ik bekijk dit even terug vanuit mijn onderwijs bril. Hier komen ook heel vaak mensen tot bij ons, mensen met een opdracht, potentiële opdrachtgevers waar we vaak ook niets voor kunnen betekenen. Want we willen als opleiding nooit concurrentieel zijn ten opzichte van echte ontwerpers. We gaan nooit de markt gaan verstoren. Maar waar er soms wel samen een vraag kunnen herdefiniëren waardoor een interessante onderwijsopdracht zou kunnen worden. Maar denk daar wel zichtbaarheid als een soort identiteit, dat is wel iets wat we in Vlaanderen missen. Er zijn wel die 13:29 XXX van design die in Vlaanderen heel nadrukkelijk aanwezig is, al is het maar een vorm van branding. En hier in Vlaanderen is heel erg op de mode geïnvesteerd, is historisch, al heel wat jaren. En waar je dan wel ziet, bij architectuur zien we dat ook dat dat door overheden gestimuleerd worden om architectuur via een Vlaamse Bouwmeester over architectuur te gaan nadenken. Daar denk ik dan soms wel dat design, als een soort van designmeester wel kan helpen om actoren te laten nadenken hoe relevant design kan zijn en hun kan brieven in een goede design brief te maken. Of iemand goed te gaan zoeken, of iemand te ondersteunen hoe dat je op een correcte manier een call kan lanceren zonder dat je mensen gaat uitbuiten om eigenlijk bijna gratis eerst heel wat voorwerk te leveren. En denk dat daar wel soort van, iemand die het gezicht kan geven aan het veld wel interessant kan zijn. Nu en dat is ook het model, alle architecten zijn daar niet even onverdeeld gelukkig mee, maar een model zoals die Vlaamse Bouwmeester voor design ook wel kan helpen. Al is het maar voor de overheden die nu ook vaak naar de vanzelfsprekende grote namen stappen of naar een heel commercieel bedrijf omdat zij heel dat starterspakket kunnen aanbieden, om die misschien te begeleiden in ontwerpers een goede kans te geven. Maar ook aangeven dat design bestaat. Dat designers niet alleen die gekke mensen zijn die mooie dingen maken. Maar die eigenlijk mee de kans geven om als je een huisstijl gaat ontwikkelen als overheid daar heb je designers voor. Maar ook als je bushaltes als openbaar vervoersmaatschappij, nieuwe bushaltes gaat ontwerpen hoe ga je daar ontwerpers bij betrekken. Daar zowel aangeven dat er zoiets als Belgische ontwerpers bestaan die heel wat kwaliteit kunnen leveren, maar ook dat proces kunnen begeleiden van hoe zoek je dan de juiste ontwerper, hoe stel je dat open. Ik denk dat daar overheden wel een goed zicht kan geven aan iets, en dat kan dan als een soort van way of life, of soort van attitude wel doorstromen naar andere dingen.

MP: Heeft u nood aan kennisdeling binnen de designsector en over de designsector naar andere spelers binnen een breder ecosysteem?

WB: Ik denk het wel. Op een goede manier kennisdelen waar anderen mee bezig zijn buiten je eigen selecte cirkeltje in Vlaanderen dat toch wel kan inspireren. Maar ook net die kennis die hier niet aanwezig is naar hier halen. Door eventueel studiereizen te kunnen organiseren om echt ter plekke te kunnen gaan kijken. Ik denk dat dat toch wel een belangrijke kan zijn. Ook omdat als je ergens een cultuur wil maken moet je die ook op een bepaalde manier gaan documenteren. Ga je ook moeten zien van, wie is er? En wat leren we daaruit? En waar zijn onze tekortkomingen? En eigenlijk is er geen XXX 16:48 punt. Kwintessens wordt niet meer uitgegeven, daarin zien waar andere ontwerpers mee bezig zijn, met welke projecten. Dat is er op dit moment niet meer. We zijn eigenlijk onze eigen ontwerp cultuur niet meer aan het documenteren. Waardoor we daar ook heel moeilijk van kunnen leren, of we zijn beperkt aan het documenten. De manier waardoor dit niet voor iedereen raadpleegbaar is. Ik denk dat we daardoor daar ook heel moeilijk een gezicht op kunnen plakken. Ik vind het aan de ene kant ook goed, design hoeft niet, Dutch design doet zichzelf voor een stuk ook dood om zichzelf op een bepaalde manier te labelen. Zeker in de periode rond 17:18 XXX design, dat ontleemt wel wat vrijheid die wij misschien we hebben. Je hoeft niet in een bepaald iets te passen, maar anderzijds helpt het wel om een duidelijk beeld te kunnen overbrengen over wat design kan zijn, of betekent. Dus die kennis naar derden overbrengen moet blijven op ingezet worden. Niet alleen op het innovatiegedeelte daarvan maar er zijn zoveel





aspecten in waar design iets kan betekenen. Om dat toch echt wel te communiceren naar de juiste doelgroepen, en anderzijds echt het, ja ik heb het al een paar keer gezegd, wij als een opleiding hebben een taak om in de vijf jaar dat we een student hebben hen bewust te maken van wat relevante mogelijkheden zijn om als ontwerper te gaan toepassen. Heel wat ontwerpers zijn in staat om in hun eigen praktijk door te ontwikkelen maar je merkt toch vaak ook dat er een status quo is en dat er een soort van bijscholing, en dat is ook een taak die wij op termijn als opleiding op zich moeten gaan nemen waardoor het levenslang leren, maar ik denk dat ook daar een begeleiding moet in kunnen geboden worden aan ontwerpers om zichzelf levenslang bij te scholen en dat daar een soort van cursusaanbod voor sommigen, ook niet voor iedereen, maar voor sommigen ontwerpers wel van waarde kan zijn.

MP: Zou een magazine als Kwintessens opnieuw het leven in moeten worden geroepen om het veld te documenteren zoals je eerder zei? Of denk je aan alternatieven?

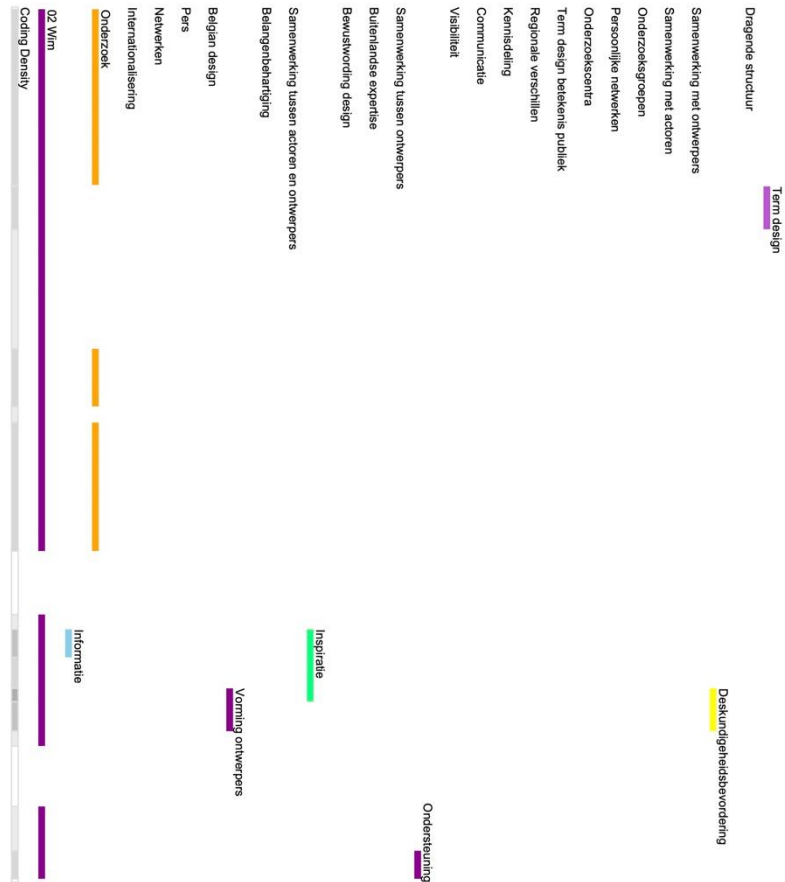
WB: Magazines staan sowieso ter discussie, ik denk zeker niet dat het een magazine móét zijn. Maar misschien is het een tweejaarlijks boek? Iets wat tweejaarlijks wordt uitgegeven, zoals het design jaarboek ook jaren bestaan heeft, waar ik zelf niet van weet of het nog bestaat. Dat was dan meer Angelsaksisch georiënteerd. De BNO, de Beroepsorganisatie Nederlandse Ontwerpers bracht ook jaarlijks hun boek uit waar ze eigenlijk verzamelden wat er dat jaar allemaal gebeurd is. Ik denk dat daar misschien meer nood aan is dan alleen maar het tijdschrift, maar ik denk meer een soort wederkerende publicatie. Een bundeling dat daar wel interesse voor kan zijn. We zijn als opleiding wel met een blog gestart, we zijn een relatief kleine opleiding, waar eigenlijk alles gebundeld wordt en waar we wel ons als opleiding de laatste vijf jaar zijn we daar systematisch mee begonnen en het ons wel helpt om ons als opleiding veel makkelijker te kunnen tonen, van waar we voor staan en wat we eigenlijk doen.

MP: Op welke manier houdt u een overzicht over het veld? Heeft u nood aan meer informatie over het designveld? Waar haalt u relevante en actuele informatie over het designveld?

WB: Bij mezelf is het heel veel literatuur die ik probeer te raadplegen. Buitenlandse literatuur moeten we dan wel heel vaak gaan zoeken waar het over bepaalde methodieken gaat over het werk van anderen. Zoals iedereen wordt je online veel meer geprikkeld, vroeger moest je heel actief naar die informatie op zoek gaan. Er zijn nu natuurlijk heel veel blogs en kanalen en feeds waar je die informatie heel makkelijk tot jezelf kan komen. Maar dat gaat dan toch vaak over de waan van de dag, dat noemen wij een soort van Instagram design waar het eerder over een attractief beeld gaat en waar de diepgang soms een platform als XXX (dizine 21:55) wat een paar jaar geleden een heel informatief platform was. Dat is ook meer een prentjesrijk platform geworden en dat de manier waarop met beeldcultuur anders wordt omgegaan. Wat ook niet abnormal is. Maar ik denk dat ik toch wel vooral daar, op literatuur, op uitgeverijen die ik volg en waarvan je dan literatuur probeert binnen te halen. Wat online dingen die je opzoekt. Ik vind het zelf ook boeiend, en dat is de kracht van, misschien ook wel de reden dat ik ook in het onderwijs gestapt ben, je voedt zelf je studenten daar heel veel mee, maar je krijgt ook heel veel input zelf van studenten via media of kanalen waar je zelf misschien minder op zoek gaat. Wat je wel dwingt om te blijven volgen en scherp te stellen, van als er een paar namen vallen die zelf niet meteen een belletje doet rinkelen om daarnaar op zoek te gaan. Op die manier ben je daar dagdagelijks mee bezig. En je probeert natuurlijk als er expo's zijn, als er dingen zijn die mee op te nemen. Maar daar merk je dan ook wel dat er daar ook niet altijd de tijd en ruimte is. Waar iedereen wel tegenaan loopt, zoiets als een goede expo bijvoorbeeld niet altijd bezocht raakt. Op het gebied van lezingen is er nu wel een verandering door covid. Maar een lezing is nog altijd iets anders dan een expo bezoeken waar dat je echt een product kan zien. Maar op het gebied van lezingen denk ik dat het een hele goede vooruitgang is geweest op het gebied van kennisdeling. KASK had er vorige week eentje, Unfold, ... Dat zijn dingen waar je anders nooit zou kunnen op inpikken, dan blijf je heel vaak beperkt tot de lezingen in de regio om het zo te zeggen. En nu ga je eigenlijk internationaal op een lezing eens kunnen inpikken en gaat zeker binnen Vlaanderen dat veel actiever gaan opvolgen.

MP: Welke noden aan onderzoek heeft u binnen de designsector? (Onderzoek over maatschappelijk belang designsector, onderzoek naar economisch belang van de designsector, naar ontwikkelingen en tendensen, ...)

WB: En bedoel je dan, we noemen het altijd een beetje onderzoek over design, onderzoek voor design en onderzoek door design. Dat zijn een beetje vaak de pijlers die we gebruiken voor studenten omdat ze soms de neiging hebben enerzijds soms over design en dat zo'n platform dat zeker voor een stuk moet doen. Voor design voor een stuk ook, ik denk dat ze daar vooral intermediair moeten zijn en moeten proberen linken te leggen met het research center van de KU Leuven bijvoorbeeld omdat daar projecten aan te koppelen. Of met



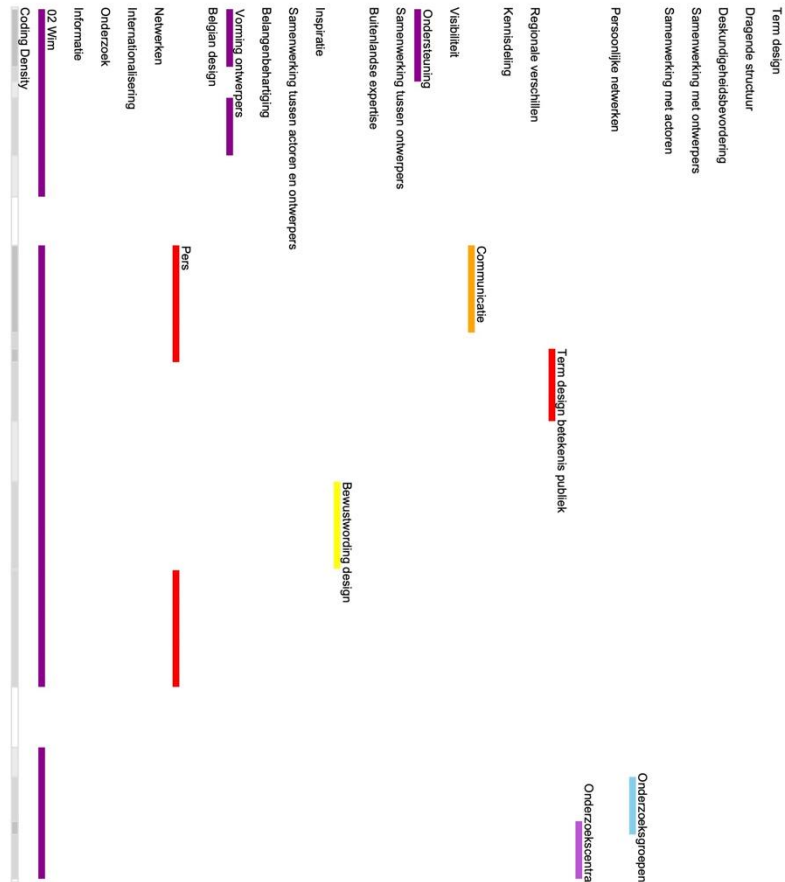
een onderzoeksgroep die meer rond humane onderzoek, rond het marktonderzoek doet misschien. Ik denk dat de designers zelf vooral de plek moeten krijgen om onderzoek door design te doen. En daar zit dan toch weer ergens die designbouwmeester, of designmeesterfunctie misschien, om mensen warm te maken om ook designers ook in je omgeving aan onderzoek te laten doen. Maar ik denk voor een designinstelling, of wat het ook mag zijn, onderzoek over design daar echt een grote rol is. Van, wat is er, wat zijn de tekortkomingen en wat kunnen we binnenhalen. En onderzoek voor design, dat ze daar ook voor een stuk de netwerker kunnen zijn, of de bruggenbouwer tussen de andere domeinen en de ontwerper zelf. Ik ken heel weinig mensen die op dit moment, ik weet dat er nu een project is rond vrouwen in design, waar Sarah De Bondt mee bezig is. Dat vind ik boeiend, maar we hebben nu heel weinig mensen die daar nu rond werken in Vlaanderen, zo heb ik toch het gevoel. En dat we die cultuur ook niet hebben omdat er hier heel erg die tweedeling is tussen de kunsten en design. Waar in het buitenland in musea vaak de twee domeinen benaderen en dan ook wel echt de designhistorici hebt. Die zijn niet zo heel dik gezaaid in België. Dat hebben we ook gemerkt als we zelf zo een docent zoeken. Die zijn echt niet heel dik gezaaid. Dus ik denk dat daar ook een stuk een rol mag zijn, dat voor een stuk het in kaart brengen van die identiteit is die volgens mij heel divers is, en die volgens mij heel divers moet zijn en ook bij ons heel divers is. Voor design, dat lukt wel, maar dan kijk ik vooral naar ons als onderzoeksinstelling. Het lukt ons wel om die bruggen te bouwen, je merkt dat daar ook wel, design thinking is dan ook zo een hot begrip geworden in eender welke sectoren en dat wordt ook te pas en vooral te onpas gebruikt. Maar je ziet dat daarvoor wel onderzoeksgroepen, bijvoorbeeld het wel genegen zijn om met ontwerpers samen te werken, dus daar is wel ruimte. En door design, ja die cultuur is er gewoon nog niet echt heel veel bij ons. Ik ben heel blij, ik zit ook in de jury van de Henry Van de Velde prijzen en dat ze ons advies gevolgd zijn om, je hebt de oproep zien passeren, dat er nu een categorie design research gekomen is tussen alle categorieën. Dat is op vraag van ons als jury geweest, en dan ben ik ook wel blij dat ze dat volgen. Omdat daar is misschien wel, die manier van design te benaderen is buiten de schoolse academische context in Vlaanderen nog niet zo heel erg ingeburgerd. Er zijn bij wijze van spreken een tiental ontwerpers die vanuit een dagdagelijkse praktijk waar ze ook van kunnen leven die niet als onderzoeker verbonden zijn aan, maar die echt een eigen praktijk uitbouwen heel erg onderzoek gericht is. Dat zijn er maar heel weinig in Vlaanderen. Terwijl je toch wel ziet dat er daar internationaal heel veel belangstelling voor ontstaan is. Dus misschien toch is in die laatste pijler meer dat klimaat. En ik denk dat dat een klimaat is dat wij vanuit onderwijs omdat we meer onderzoek gericht zijn wel meegeven met studenten. Maar dat er daar wel ergens de platvormen moeten kunnen ontstaan om studenten daar verdere praktijk te kunnen rond opbouwen. Dat dat voor hun wel belangrijk is, dat die mogelijkheden op termijn gaan ontstaan. Ik denk dat we in onze designregio, ik denk dat we allemaal vrij goede kwaliteitsvolle ontwerpers hebben, van heel industrieel ontwerp tot meubelontwerp, andere vormen en alles wat er tussen. Maar we hebben heel weinig mensen waar je van kan zeggen dat ze echt een wereldschokkende vernieuwende praktijk hebben en daar eigenlijk, en dan kijk ik gewoon nog maar Europees, mee op de voorlinies staan van soort van nieuwe ontwerp praktijk. En ik dat daar misschien meer ruimte voor onderzoek en experiment moet kunnen ontstaan. Hetzij gefund door de industrie, hetzij gefund door de overheden.

MP: Heeft u nood aan inspiratie in de vorm van workshops, brainstorms, masterclasses, lezingen/symposia, publicaties? Welke onderwerpen zouden voor u aan bod mogen komen?

WB: Ik denk persoonlijk zou dat wel boeiend zou zijn, en ik denk dat dat ook afhankelijk is van ieder zijn eigen praktijk. Maar ik denk dat het vooral interessant is voor pas afgestudeerden, mensen die nog zoekende zijn in hun weg. En dan denk ik voor mensen die wel al wat jaren bezig zijn maar in een soort van vast stramen komen, en die ook wel moeten kunnen ondersteund worden, en ik denk dat daar zo een centrum samen met opleidingsinstellingen die heel divers zijn moet kunnen gaan samenwerken omdat het voor een stuk ook hun taak zal worden, in de toekomst nog meer. Om mensen bij te scholen, te inspireren, een kans te krijgen om zo eens mentor mee te krijgen in een praktijk. Dat was de kracht van Toegepast destijds, konden pas afgestudeerden echt een heel duidelijke mentor mee kreeg. Ik denk dat dat voor starters nog wel eens interessant zou kunnen zijn.

MP: Welke kennis is nodig van de ontwikkelingen in het designveld om mee te geven aan designers in spel om hen door te verwijzen?

WB: Wel iets wat, probleem is met een opleiding, de allerbeste studenten, die heeft de opleiding eigenlijk niet nodig. Die ontdekt zijn eigen wereld zelf. Maar hoe breder je gaat hoe oppervlakkiger je sommige dingen je maar kan aanbieden. En je kan ook niet de totale breedte aanbieden. Ik denk dat daar gewoon veel meer ruimte nodig is om ook die middelmatige ontwerper om het zo te zeggen. De topontwerper die vindt zijn eigen weg wel, of dat die nu opgeleid is, of dat die nu ondersteuning krijgt, financieel soms niet, maar voor de recht krijgt



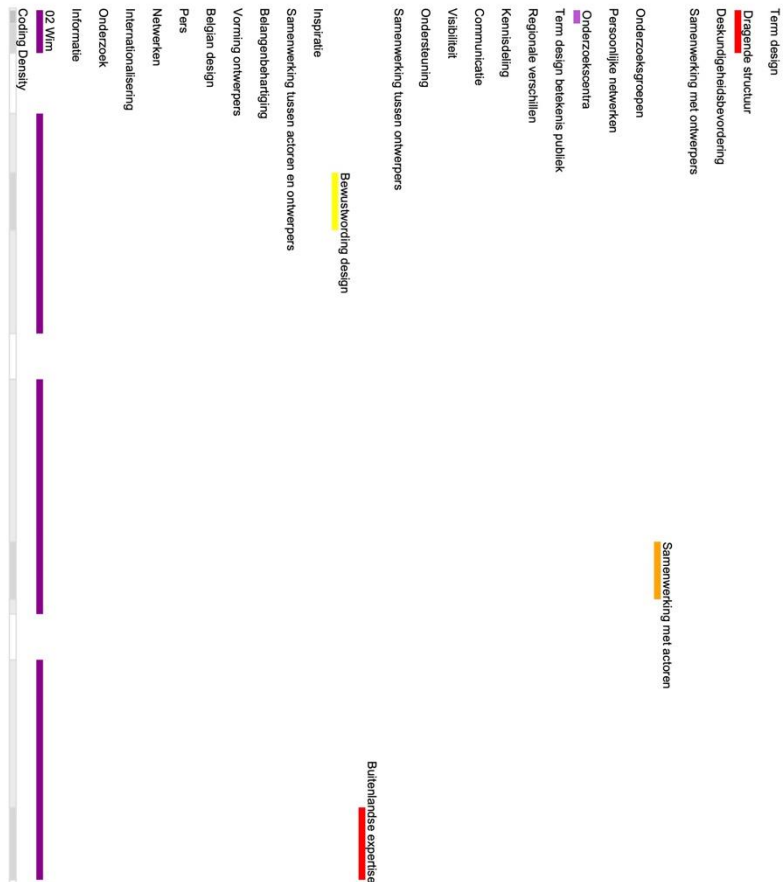
die inhoudelijk vindt die zijn weg wel. Maar we hebben ook een heel grote meute van soort van middelmatige, en ik noem dat echt niet denigrerend, maar wat je overal hebt, gewoon degelijke mensen die hun vak doen. En die zouden we eigenlijk nog meer moeten kunnen voeden omdat die ook vaak wel in het bedrijfsleven een goede rol gaan spelen, inhouse ontwerper zijn of die werken in een studio. En die zouden we daarmee een stap verder mee moeten kunnen krijgen. Dat is inderdaad, een jaar of tien geleden is die inhaalbeweging er naar mijn gevoel wel geweest, met heel het servicedesign denken, en het user-centered denken. Ook de ontwerper daarin op te leiden en de bedrijven daarin op te leiden. Maar ik denk dat we nu doorhebben dat design nog veel complexer en breder is en dat we daar ook mensen mee in contact mee moeten kunnen brengen. Natuurlijk dat is heel moeilijk om dat in een opleidingsprogramma te steken. En dat vind ik dan moeilijk, want je moet geen Syntra voor ontwerpers gaan worden. Dat werkt ook weer niet. Dus ik denk dat daar ook weer een soort van, we weten dat sommige dingen niets gaan opleveren en andere dingen wel mensen mee gaan trekken. Dat dat gewoon heel belangrijk wordt om heel veel kleine initiatieven op te starten en die voor een stuk zelf ook te monitoren.

MP: Heeft u nood aan uitbouw van communicatie?

WB: Ik denk dat we daar, dan moeten we misschien ook eens naar de pers gaan kijken. We hebben eigenlijk naar mijn gevoel geen goede designers in ons land. We hebben heel wat mensen die vlot schrijven, we hebben over architectuur wel, en dan zeg ik maar de weekendbijlages van de grote kranten, van de kwaliteitskranten, daar wordt naar mijn gevoel wel vrij kwalitatief over architectuur geschreven. Maar als het over design gaat, dan gaat het bijna enkel over interieurdesign en gaat het meer over styling. En dat is iets wat wij eigenlijk missen, een soort van breed aanspreekpunt hebben over design op een toegankelijke manier. Kwantessens schoot daar misschien te kort in want het werd eigenlijk alleen maar naar geselecteerde ontwerpers gestuurd en de geselecteerde kennisinstellingen of de gelinkte kennisinstellingen en de scholen. Maar dat is iets wat volgens mij, ik had hier een heel tof boekje liggen van Bruno Munari 'Design as Art', misschien ken je dat wel, dan heeft hij in de jaren '50 - '60 voor eigenlijk een vrij populaire krant heeft hij zo een stukje geschreven over naar design te kijken en voorwerpen rondom ons. En ik denk dat we daarin moeten slagen en dat ons dat niet lukt, als we over design hebben denken mensen aan meubels in Vlaanderen. Daar komt het voor een stukje op neer, en misschien ook wel aan auto's. We merken dat dat bij jonge mensen wel echt aan het veranderen is. We stellen die vraag ook op een toelatingsproef en tot op vijf, tien jaar geleden was dat de vraag. Nu, wij zijn onszelf ook wel iets maatschappelijker aan het oriënteren en communiceren ook wel zo en we zien ook wel dat studenten daar aangeven dat ze ook wel maatschappelijke impact willen gaan creëren als ontwerper, of dat ze een ecologische impact willen gaan creëren. Dus we merken wel bij die 18-jarigen die zijn daar wel naar aan het zoeken, zien dan wat design kan betekenen. En ik denk ook om het bredere veld te bereiken het belangrijk is dat we eigenlijk in een soort van brede media als iets wat impact kan creëren, iets wat heel toegepast kan zijn, maar dat toch ook veel verder gaat dan een mooie stoel. Dat design veel meer dan dat is, dat dat wel een belangrijke stimulans kan zijn om net bedrijven of mensen die designers zouden kunnen inschakelen daar ook bewust van te maken. Want nu, het idee is zo van we halen de designer er op het einde erbij om een mooi jasje er rond te gieten. En ik denk dat daar wel heel veel winst in te boeken is. En ik zie op het gebied van architectuur, mij lijkt het toch altijd dat daar de communicatie daarrond veel, natuurlijk heel veel architectuur gaat ook maar over huizen bouwen natuurlijk en over isolatienormen en dat is dan meer in de populaire media misschien. Maar als je dan toch naar de kwaliteitsmedia gaat zie je daar toch dat ze voor architectuur toch heel wat stappen verder zetten. En wanneer men over design schrijft het toch heel vaak beperkt blijft over iemand die in Milaan heeft gestaan met een meubel of die door alle fabrikanten opgepikt is. Wat ik ook geweldig vind, die mensen moeten ook een platform krijgen. Maar die bredere impact waar toch ook wel heel wat voorbeelden van te vinden zijn, zo lukt het ons niet om design naar een breder publiek te brengen.

MP: Dan komt dat schrijven over design weer terug aan bod, dus er is een nood zowel aan een platform, maar ook aan design specialisten/journalisten/schrijvers?

WB: Dat is inderdaad een moeilijke, je had een vijftal mensen bij Kwantessens schreven en dat was een selecte groep die voor een stuk ook inhoudelijk schreven. De mensen die anders schrijven dan gaat het echt over interieur en over stoffen en over de meubels. Maar we hebben, zoals ik zei, dat onderzoek over design, we hebben ook geen onderzoeksgroepen. Bij mijn weten is er geen enkele onderzoeksgroep op geen enkele universiteit die academisch onderzoek doet naar design. Terwijl er op gebied van architectuur wel onderzoek is, over architectuur in Vlaanderen, dat er op het gebied van beeldende kunsten heel veel is. En we hebben eigenlijk geen instellingen, we hebben ook naar mijn gevoel iets minder die onderzoekscentra gelieerd aan een museum. Als je ziet Metropolitan bijvoorbeeld, die hebben echt wel de grote experts rond design bij hun zitten. Ik ben wel blij, ik heb de indruk dat Design Museum Gent daar ook wel naar een nieuwe dynamiek aan het



zoeken is en ook voor een stuk die rol mee wil opnemen. En ik denk ook wel in de projecten die ze de laatste tijd tonen dat die meer onderzoeksmatige aanpak daar is. Maar ik denk ook, we hebben gewoon te weinig journalisten en te weinig platvormen die die mensen vragen.

MP: Heeft u nood aan promotie, erkenning en zichtbaarheid voor alumni naar de overheid, andere actoren en het brede publiek (binnen Vlaanderen en internationaal)?

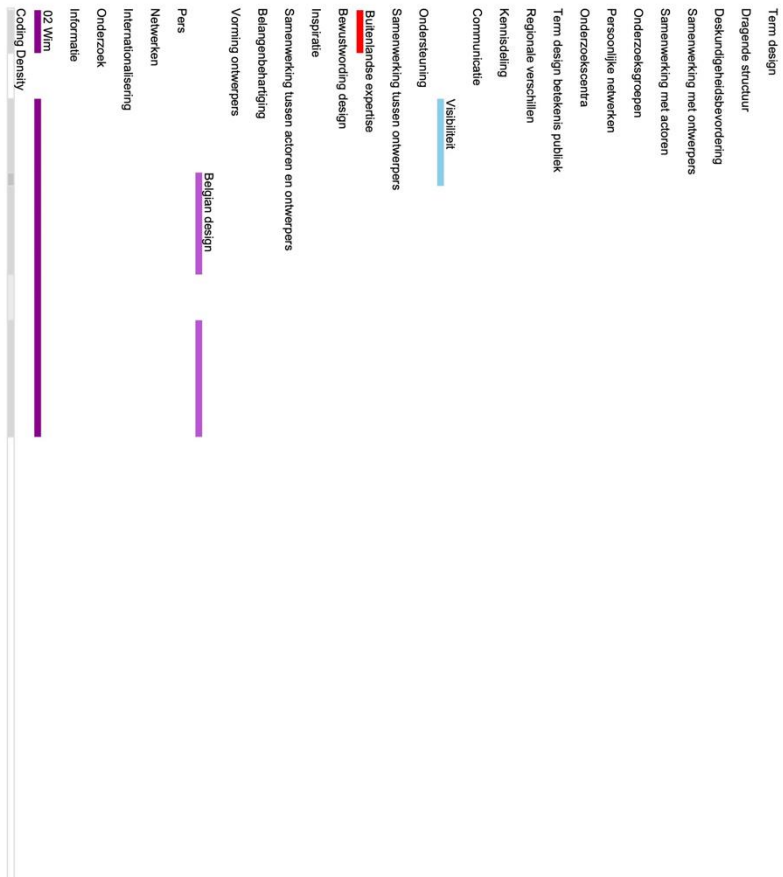
WB: Ik vind dat altijd een moeilijke communicatie, want je moet natuurlijk ook eerst iets hebben voor je kan gaan communiceren. Anders ben je ook maar gewoon met branding bezig, anderzijds is dat ook voor een stuk noodzakelijk om de rest in gang te krijgen. Of er effectief te weinig is, ik denk het niet, Flanders DC heeft een beetje die rol moeten overnemen, en je wordt platgeslagen met nieuwsbrieven natuurlijk omdat je in een bepaalde doelgroep zit. Maar mijn betrachting, ik vind design heel dicht bij mensen staan en dan vind ik het ook wel dat het voor een stuk heel dicht bij mensen mag gecommuniceerd worden. Dus ik denk daar wel, bij mode lukt dat wel. Iedereen weet wat Belgische mode is, en hoe fier dat we daar wel op zijn. Maar niemand weet dat er ook wel zoiets als Belgisch design bestaat. Dus het lijkt ons eigenlijk niet om dat op eenzelfde niveau te krijgen als met de mode wel gelukt is. En is het nu omdat het heel moeilijk is om zo een twee domeinen naast elkaar te houden, dat kan ook. Je ziet in de grote designlanden, daar is veel minder mode aanwezig is en daar zal de modesector daar misschien wel om vragen. We hebben ook wel historisch een grote meubelsector altijd gehad waar wel aandacht voor was, en de textielsector die de modesector voor een stuk mee ondersteunt. Of er effectief meer moet zijn, ja ik denk dat het een en en verhaal is. Ik denk niet dat er nu en masse geïnvesteerd moet worden, als er dan beperkt budget is dat dat over alle domeinen verspreid moeten geraken, ik denk niet dat we dat op promotie moeten gaan inzetten.

MP: Welke noden heeft u die zouden helpen bij de verbetering van uw functie als opleidingshoofd?

WB: Misschien wel iemand die, onderwijs is, we kennen mekaar, we zien mekaar op de Henry Van de Velde Awards, die jury is het moment dat de drie opleidingshoofden daar aanwezig zijn en dat is wel fijn. Maar ja, we zijn eigenlijk ook geen concurrenten van elkaar omdat we eigenlijk alle drie een heel ander profiel hebben. En ik denk dat daar bijvoorbeeld iemand die ook dat onderwijs, ik bedoel, nu zijn we heel erg vanuit onze eigen beleavingswereld aan het werken. Er zijn heel wat niche organisaties die heel erg proberen om ons mee op hun kar te krijgen om een bepaalde richting mee in te slaan. Dat zijn heel boeiende partners, maar dan moet je ook zien we willen breed zijn, en denk daar iemand die mee wil nadenken samen met de onderwijsinstellingen van hoe kunnen we elkaar misschien nog beter aanvullen en dat doen we nu heel impliciet. We voelen dat voor een stuk aan, we spreken elkaar wel eens heel kort. Maar dat onderwijs mee als een strategische poele kan gelden, zoals een beetje in Nederland gebeurt waar aan TU Delft, naast een Design Academy Eindhoven ook weinig of geen contact zullen hebben. Maar zijn bepalen wel de twee uitersten waar het Nederlands design voor staat, wordt wel heel erg vanuit die onderwijsvisie wordt opgebouwd. Dus ik denk dat daar wel in overleg, de wortels van de designcultuur beginnen in een opleiding en hoe kunnen we daar complementair in zijn voor een stuk. En misschien ook wel, en dat is een heel gevoelig iets, maar misschien samen ook wel eens naar buiten treden. En zonder daar een waardeoordeel van kijk dit zijn de beste maar dit is nu designonderwijs in Vlaanderen. Ik denk echt vanuit mijn onderwijsbril en dat dat wel eens interessant zou kunnen zijn.

MP: Welke noden heeft u aan professionele begeleiding? Heeft u hier nood aan?

WB: Op dit moment niet denk ik. Ik denk omdat ik zelf mijn eigen praktijk in de breedte probeer uit te bouwen en dat er ook wel genoeg mogelijkheden zijn om daar verder in te toetsen. Of zelf als opleiding, ik ben ook stagebegeleider sinds dit academiejaar en dat maakt het ook wel heel boeiend omdat onze eigen evaluatie naar de studenten toe meteen ook een evaluatie is naar de opleiding toe hebben toegevoegd voor alle stagebegeleiders. Dus eigenlijk zijn we op dat gebied kritisch naar ons en willen we ook eens door die mensen die drie maanden onze studenten hebben meegelopen eens kritisch naar ons laten kijken. Van waar vinden jullie dat we goed zijn, of slecht zijn. En hetzelfde doen we bijvoorbeeld naar onze juryleden. Dat is echt een beweging die we hebben ondernomen om soort van peers te betrekken bij onze opleiding. Onze externe jury is ook meteen zelf onze klankbordgroep die we gebruiken. Moesten zij komen juryeren dan gaan we op dezelfde dag eigenlijk, kunnen we ook eens hun ervaring over de opleiding mee nemen. Dus we houden die spiegels wel voor. En daarvoor kan zo een mensen met expertise, want het lukt ons wel om een jury te vinden, maar als zo iemand daar een centrale rol kan hebben om mee ook die expertise in jury's bijvoorbeeld te steken. En die mee kan toetsen van wat hier getoond is kunnen we hier het ambitiepeil hoger gaan leggen, kunnen we hier gaan toetsen aan een internationale context. Staan we ergens ver, staan we niet ver? Dus het zou wel boeiend zijn moesten we iemand, een jurylid hebben die ook namens Vlaanderen in Duitsland of Nederland mag gaan



jurere en die zo die kennis voor een stuk binnenhaalt. En als onderwijs zijn we daar ook wel in aan het groeien, maar ik denk dat daar nog, vanuit de businesskant bijvoorbeeld, of vanuit soort van organisatorische kant of inhoudelijke kant, z'n kennisinstelling ook wel een bijdrage zou kunnen leveren voor een opleiding.

MP: Zijn er nog andere elementen van ondersteuning die ik niet aangehaald heb waar u nood aan heeft?

WB: Ja ik denk de ondersteuning in visibiliteit. Ik spreek heel erg vanuit opleidingstandpunt, of als opleidingshoofd, dat is een hele moeilijke om daar als opleiding tegen aan te gaan. En ik denk dat daar soort van, en misschien ook designonderwijs in het algemeen in de picture plaatsen, maar dat daar zeker ondersteuning geboden kan worden. Omdat ik merk dat dat toch hetgeen is waar toch heel wat opleidingen, sommigen slagen daar heel goed in, maar daar toch ook mezelf niet altijd even sterk in zijn. Ik denk dat daar bijkomende ondersteuning wel interessant kan zijn. Bijvoorbeeld, we hebben de ambitie om naar Milaan of een ander internationaal event te trekken. We kunnen daar ondersteuning vanuit de hogeschool van krijgen, daar zijn ze toch wel genegen in. Maar die gigantische budgetten die je eigenlijk nodig hebt, dat daar toch ook wel een Vlaams aanspreekpunt voor ons als onderwijsinstelling en op die manier ook design in het buitenland wil promoten, dat dat ook voor ons als opleiding interessant zou kunnen zijn. En dat we daar misschien de krachten voor zouden moeten bundelen. Dat dat meteen voor de drie opleidingen zou zijn die samentrekken als Vlaams/Belgisch design te tonen in het buitenland als opleiding. Denk dat daar wel bijvoorbeeld interessante rol in kan zijn. We zouden eigenlijk dit jaar naar de Dutch Design Week getrokken zijn met de ambitie om het jaar daarop naar Milaan te gaan. Maar covid-gewijs valt dat wat in het water. Maar ik weet ook bijvoorbeeld nu, als ik echt naar de productdesignopleidingen kijk zou best wel kunnen zijn dat de twee andere collega opleidingen daar totaal de ambitie niet toe hebben. Dat zij zich toch op een andere niche focussen. Maar ik denk dat daar in het naar buiten kunnen treden in die netwerken, iemand die weet wat de aanspreekorganisaties zijn in Milaan om ons daar te introduceren, die misschien een bundelprijs kan proberen te regelen als ze zelf daar ook willen staan met hun eigen organisatie. En die kan helpen met transport samen te organiseren, of voor andere prijzen. Ik zeg maar iets. Ik denk dat dat voor opleidingen, zeker voor zo een kleine als ons. Want het wordt op zich ook wel bijna als opleiding van je verwacht als je op een internationaal niveau wil meedraaien. Jammer genoeg is onderwijs daar niet altijd evengoed op voorzien in Vlaanderen om opleidingen de kans te geven om ook zo te gaan spelen en zomaar op een beurs te gaan staan in Milaan. Ik zeg maar iets.

10.5 Bijlage 5: Codeboek Nvivo

Name	Description	Files	References
Belangenbehartiging		5	9
Belang ecosysteem		1	1
Belgian design		3	5
Bewustwording design		4	7
Bezorgdheden		1	1
Cultuur en economie		2	4
Design Vlaanderen		1	2
Individuele initiatieven		1	2
Jonge ontwerpers		5	15
Noden ontwerpers		1	1
Politieke plaatsing		1	1
Positie curator		1	2
Rol Z33		1	2
Uitstraling buitenland		1	2
Visibiliteit		4	4
Communicatie		7	10
Dragende structuur		1	1
Online of offline		1	1
Pers		8	16
Verzamelen en verspreiden		1	1

Name	Description	Files	References
Deskundigeheidsbevordering		3	3
Opleiding		1	1
Professionaliteit		1	6
Financiële ondersteuning ontwerpers		3	4
Faciliteiten		1	1
Middelen		8	13
Informatie		6	22
Archivering		7	14
Bureaucratie		1	2
Versnipperd landschap		2	3
Inspiratie		2	5
Buitenlandse inspiratie		1	5
Instagram		1	1
Lezingen		3	3
Kennis		3	9
Autonome praktijk		1	1
Buitenlandse expertise		2	2
Conferenties		3	3
Covid		3	4
Digitale beurs		1	1
Digitale inspiratie		1	1

Name	Description	Files	References
Definitie design		3	7
Galerie		1	1
Inhoud expertisecentrum		1	1
Inhoudelijk artistieke kennis		4	11
Internationale kennis		1	1
Kennis consument		1	3
Kennis galleries		2	2
Kennis jonge ontwerpers		3	7
Kennisdeling		6	10
Kritische selectie		1	1
Kwaliteit		1	2
Lezingen		4	6
Onderwerpen doctoraat		1	1
Onderzoek		9	29
Inhoud		5	11
Onderzoekscentra		1	1
Onderzoeksgroepen		2	2
waardebepaling		1	1
Producenten vinden		1	1
Reflectie		1	1
Stimuleringsfonds		1	1

Name	Description	Files	References
Term design		3	3
Term design betekenis publiek		3	3
Netwerken		6	12
Internationale netwerken		7	17
Internationalisering		5	13
Ontmoeting significant others		1	1
Ontmoetingsplaatsen ontwerpers		1	1
Persoonlijke netwerken		5	6
Samenwerking met actoren		12	38
Samenwerking met ontwerpers		11	33
Samenwerking tussen actoren en ontwerpers		3	6
Samenwerking tussen ontwerpers		1	2
Ondersteuning		1	1
Residenties		3	6
VAI		1	2
Dienstverlenende rol		1	2
Vorming ontwerpers		1	4
Werkplaats		1	2
Promotie		3	8
Awards		1	1
Betekenis wedstrijden		1	1

Name	Description	Files	References
Henry van de velde awards		1	2
Belang beurzen		2	2
Design collectioneurs		1	1
Diversiteit		1	2
Regionale verschillen		4	4
Residentie		2	3
Tentoonstelling		1	1
Tentoonstellingsplek		1	1

Verklaring op woord van eer

Ik verklaar dat ik deze aan de Faculteit BE ingediende masterproef zelfstandig en zonder hulp van andere dan de vermelde bronnen heb gemaakt.

Ik bevestig dat de direct en indirect overgenomen informatie, stellingen en figuren uit andere bronnen als zodanig aangegeven zijn in overeenstemming met de richtlijnen over plagiaat in de master- proefbrochure.

Ik bevestig dat dit werk origineel is, aan geen andere onderwijsinstelling werd aangeboden en nog niet werd gepubliceerd.

Ik ben mij bewust van de implicaties van fraude zoals beschreven in artikel 15 van het onderwijs- en examenreglement van de Universiteit Antwerpen. (ww.uantwerpen.be/oer)

Datum 23/08/2021

Naam Myrthe Pieniakowski (s0195124)

Handtekening *Myrthe Pieniakowski*

