



Lex Pott zandstraalt houten prototypes, foto's Woes van Haaften Lex Pott (rechts) in gesprek met Harrie van Rooijen (links), eigenaar van houtzagerij Van Rooijen (Echteld)

In de research fase hadden we een afspraak bij Naturalis met Prof. Dr. Pieter Baas, wood anatomist, tree specialist and former scientific director of the National Herbarium of The Netherlands. Foto Katrin Zeiger

Prototype is gaan golven en barsten tijdens het drogen

# Een tijd van transitie

## Lego-utopieën\* op maat, het metamodernisme en zes smaken ijs

Philip Fokker

Woes Van Haaften is een merkenbouwer die organisaties, merken, collectieven of individuen helpt met het definiëren, herpositioneren en upgraden van hun initiatief. Naast werk in opdracht initieert hij ook eigen projecten met zijn bureau 'Inclusief Amsterdam: creatie & communicatie in cultuur', van het opzetten van een onlinegalerie tot het realiseren van kunst en designobjecten.

Woes Van Haaften (1979) wil kunst op een praktische manier inzetten, in en voor de maatschappij. Hij deed de Design Academy Eindhoven. Door zijn hedendaagse werk als 'cultureel initiator' met een hart voor de kunsten lijkt hij de aangewezen persoon om in De Nieuwe zijn licht te laten schijnen over wat in een artikel in de Groene Amsterdammer laatst het metamodernisme werd genoemd, een tijd waarin individuen Lego- utopieën bouwen die als Vinexwijken in zowel de reële als virtuele wereld uit de grond schieten.

### New Window

Met het project 'Found by James' creëerde Van Haaften in 2010 samen met Shiran Gort, zijn toenmalige partner, een fictieve reiziger die producten online door zijn commentaar en persoonlijke benadering lading en romantiek meegaf. Deze vroege vorm was er een met veel beleving offline maar had online een ietwat koude uitstraling. Het verhaal bleef bij een productomschrijving en hoe het personage James het product was tegengekomen en daarmee was de cirkel rond. Van Haaften voelde op een gegeven moment de behoefte om dieper op de materie en het werk in te kunnen gaan, om het maakproces in beeld te brengen en zo de potentiële kopers van een werk een werkelijk kijkje in de keuken en het hoofd van de kunstenaar te gunnen. Na het opheffen van 'Found by James' voegde hij deze belangrijke extra in-

grediënten toe aan 'New Window'. Het kleine, ambachtelijke en het lokale dat tegenwoordig veel bij nieuwe initiatieven de boventoon voert én past in de opkomst van het metamodernisme, gebruikt Van Haaften als een belangrijke pijler voor dit project. Anders dan in een traditionele galerie biedt 'New Window' niet alleen het uiteindelijke werk aan maar maakt het ook het ontstaansproces inzichtelijk. En dat is waar het werk eigenlijk al begint, bij de eerste afspraak met een houtzagerij bijvoorbeeld, want dat is het eerste dat op de site staat, ver voordat het uiteindelijke werk gerealiseerd is. Interessant, ook voor niet-creatieven, om te zien wat er bij het ontwikkelen van nieuwe kunst- of designobjecten allemaal komt kijken. De verrassingen en mislukkingen tijdens een maakproces van ieder werk in een overkoepelende digitale galerie, die altijd open is en onderhouden wordt door iemand die in deze virtuele vrijspace ruimte heeft gemaakt voor zijn eigen Lego-utopie. Een utopie die natuurlijk met anderen gedeeld moet worden, wat Van Haaften dan ook via alle mogelijke kanalen doet.

### Culturele merkenbouwer

Na zijn kunstopleiding in Eindhoven, Berlijn en Amsterdam kreeg Van Haaften veel werk als vormgever van campagnes, websites en art direction in de culturele sector. Hierdoor zag hij dat de gemiddelde kunstenaar moeilijk een vertaalslag kan maken van wat er pre-

kaar brengen. Maar nog niet iedereen is daar klaar voor. Tijdens een pitch voor een culturele instelling bleken zijn ideeën voor vernieuwing veel te hoog gegrepen voor de vastgeroeste directie, die best wilde vernieuwen maar niet op een manier waardoor zij het zelf niet meer kon bijbenen. Van Haaftens aanpak is bij commerciële opdrachten nooit alleen gericht op puur de vormgeving. Hij denkt ook na over nieuwe sponsors, over hoe (potentiële) bezoekers een bepaalde band met een museum of instelling kunnen krijgen. Hij ontwerpt niet alleen beeld maar ook betrokkenheid, sociale interactie en creëert zo voor iedere opdracht een Lego-utopie, op maat gemaakt voor de desbetreffende instelling of kunstenaar.

Nu rest de vraag: hoe zijn we in het tijdperk aanbeland waarin we nu volgens sommigen verkeren? Volgens Van Haaften is het bouwen van Lego-utopieën hoogstwaarschijnlijk een hype. Een eerder stoffig onderwerp als duurzaamheid en biologisch dynamisch is nu sexy geworden. Duurzaamheid en betrokkenheid zijn inmiddels winstgevende termen. Daardoor is het voor bijvoorbeeld multinationals interessant geworden om duurzaamheid te omarmen, waarna de mainstream snel volgde. Op het moment vinden er op dit gebied echter (vooral in de Randstad) heel veel initiatieven plaats die nog tijd nodig hebben om het grote publiek te bereiken.

### Betrokkenheid

In het metamodernistische tijdperk waarin wij nu leven kan Van Haaften beide werelden nóg makkelijker bij el-

kaar brengen. Maar nog niet iedereen is daar klaar voor. Tijdens een pitch voor een culturele instelling bleken zijn ideeën voor vernieuwing veel te hoog gegrepen voor de vastgeroeste directie, die best wilde vernieuwen maar niet op een manier waardoor zij het zelf niet meer kon bijbenen. Van Haaftens aanpak is bij commerciële opdrachten nooit alleen gericht op puur de vormgeving. Hij denkt ook na over nieuwe sponsors, over hoe (potentiële) bezoekers een bepaalde band met een museum of instelling kunnen krijgen. Hij ontwerpt niet alleen beeld maar ook betrokkenheid, sociale interactie en creëert zo voor iedere opdracht een Lego-utopie, op maat gemaakt voor de desbetreffende instelling of kunstenaar.

Nu rest de vraag: hoe zijn we in het tijdperk aanbeland waarin we nu volgens sommigen verkeren? Volgens Van Haaften is het bouwen van Lego-utopieën hoogstwaarschijnlijk een hype. Een eerder stoffig onderwerp als duurzaamheid en biologisch dynamisch is nu sexy geworden. Duurzaamheid en betrokkenheid zijn inmiddels winstgevende termen. Daardoor is het voor bijvoorbeeld multinationals interessant geworden om duurzaamheid te omarmen, waarna de mainstream snel volgde. Op het moment vinden er op dit gebied echter (vooral in de Randstad) heel veel initiatieven plaats die nog tijd nodig hebben om het grote publiek te bereiken.

### Hou op met zeiken

Na zijn afstuderen aan de academie in 2006 begon Van Haaften meteen een site mét een blog met ruimte voor meer dan alleen zijn eigen output. Zo werd hij al vroeg niet enkel ontwerper

maar ook afzender van een bepaalde filosofie en een van de eerste bouwers van een persoonlijke Lego-utopie. Nu zijn we zeven jaar verder en de fondsen vallen weg. Er vindt er een kaalslag plaats in de culturele sector die zich, in Van Haaftens ogen, altijd hautain en elitair heeft gedragen. Hij doelt op de beleidsmakers. Het is duidelijk dat nu juist het moment is om anders te gaan communiceren over kunst en cultuur. Kortom: wij bevinden ons in een transitieperiode waarin alles tegen het licht wordt gehouden. Onzekere tijden voor mensen die het (virtuele/digitale) overzicht niet hebben, uitdagende tijden voor de mensen die dat wél hebben. Kranten maar ook de galeriewereld voelen die onzekerheid en een inventievere generatie besluit om bepaalde zaken gewoon anders te gaan doen. Denk aan 'De Correspondent' of 'Das Magazin'. Door de digitalisering hebben ze niet meer zoals in het verleden, de toestemming of steun van oude instituten nodig. Jongeren wachten niet meer op een kans, zij zijn de kans zelf en pakken deze door nieuwe initiatieven te beginnen, on- en offline. Platenlabels zijn zo bijna overbodig geworden. Door de utopieën klein te houden is de kans op dystopieën ook kleiner en als die plaatsvinden zijn het persoonlijke drama's die eerder worden gezien als onderdeel van een leerproces. Klein-schalig persoonlijk succes kan zeker ook worden gekoppeld aan de individualisering van de samenleving. Grappig genoeg gaan deze twee zaken (goed doen voor de wereld en het op de kaart zetten van het individu) erg goed samen in het metamodernisme. De crisis is in 2013 (in tegenstelling tot vijf jaar geleden) voor iedereen voelbaar, het is een breder probleem geworden,

van de bijstandsmoeder tot de mannen en vrouwen in de corporate wereld. Hierdoor ontstaat een onderlinge verbondenheid en een nieuw bewustzijn van onderlinge afhankelijkheid. Dit gevoel van saamhorigheid heeft in de crisis een katalysator gevonden waardoor het de kans krijgt om uit te groeien tot iets dat voor meerdere lagen in de maatschappij interessant is en niet blijft steken op het niveau van de zogenaamde 'early adopters'. De ontstane aversie tegen grote, onpersoonlijke instituten voedt dan ook de behoefte om weer bij de kaasboer je kaas te kopen, omdat de kaasboer een individu is dat ook nog wat over zijn product kan vertellen, zijn product is zijn Lego-utopie. Bij supermarktketens hebben ze dat nu ook begrepen en plaatsen ze in campagnes de boeren die hun groenten leveren op de voorgrond. Veel mensen geloven hier totaal niet meer in, discussiëren over zulke campagnes online en roepen grote bedrijven ter verantwoording. Hierdoor is er nu ook weer ruimte voor monoconcepten (in tegenstelling tot de multibrandwinkels van een aantal jaren geleden, designwinkels met van alles en nog wat): bedrijfjes of individuen die in de zomer bijvoorbeeld zes smaken ambachtelijk ijs verkopen en stampot in de winter en that's it. Kortom: Dit is mijn Lego-utopie. Ik doe/maak het omdat ik me er prettig bij voel. Ik hoop dat anderen dat ook voelen en dat ik die blij kan maken met mijn producten en dat we er samen een succes van kunnen maken. Ben jij blij met mijn product of dienst? Deel het dan met je sociale netwerk. Oprechtheid en hoop zijn de nieuwe punk in het metamodernisme. Ergens tegenaan schoppen door er daadwerkelijk iets aan te doen, door verandering in gang te zetten.

Zoals Daniël Roosegaarde laatst in een artikel in Vrij Nederland zei: 'Hou op met zeiken en kom met een oplossing'.

### Onafhankelijk blijven

Toen Van Haaften kort geleden met een fondsentraject voor 'New Window' bezig was merkte hij dat hij helemaal niet afhankelijk wilde zijn van instituten die nog vast zitten aan oude denkpatronen. Dus begon hij gewoon klein en zou wel zien hoe het idee groeide, waardoor hij aan niemand verantwoordelijkheid hoefde af te leggen. Fondsen stellen ook vragen over de meerjarenplannen maar de veranderingen gaan heden ten dage dermate snel, dat je als maker permanent bijschaaft, wijzigt en verbetert. Een utopie die constant in beweging is. Fondsen hadden Van Haaften misschien meer zekerheid gegeven, maar gekoppeld aan afhankelijkheid. Dan toch maar liever onzekerheid en minder geld met de teugels volledig in eigen hand. En daar ligt ook de uitdaging: Hoe maak ik een zo groot mogelijk gebaar met minimale middelen? De kick is extra groot als het op deze manier lukt. Of, om met Goethe te spreken: 'In der Beschränkung zeigt sich erst der Meister.'

### Metamodernisme

In een postmodernistische tijd had Van Haaften waarschijnlijk bij een reclamebureau gewerkt, was hij directeur geworden en uitgezwaaid op zijn 65ste met een mooi feest en dik horloge. In het metamodernisme echter geeft hij a. een platform aan een kunstenaar voor verdieping achter het uiteindelijke werk, b. Deelt hij dit met zijn omgeving, c. Gebruikt hij het (in de geest van de individualisering van de samenleving) als een middel voor zijn eigen verdieping

in materie die hij zelf allereerst interessant vindt.

Het is nog te vroeg om te bepalen of het hedendaagse engagement een modergrijs is of een blijvertje. Uiteindelijk is Van Haaften en zijn bedrijf 'Inclusief Amsterdam' en 'New Window' gewoon een winkel, een onlinegalerie, een label, een webshop zo je wilt. Hij is er echter gaandeweg achtergekomen dat als je mensen meeneemt in een verhaal, zoals bij 'New Window', de aanschaf van het product niet enkel het object omvat maar ook het gehele ontstaansproces. De voorloper van 'New Window', 'Found by James', volgde nog een dandyachtige avatar, een fictief persoon die spullen uitzocht en kocht die vervolgens verkrijgbaar waren op de website. Dat was in de tijd dat avatars en Second Life een grote vlucht namen. 'New Window' kent zo'n fictieve constructie niet en plaatst het ego van de maker van het object en de curator van de site zonder omhalen op de voorgrond. En dat mag, want de koper en geïnteresseerde krijgt zo de kans om een utopisch Legosteentje te bemachtigen, in filosofische en vaste vorm.

Informatie over het eerste samenwerkingsproject met Lex Pott is te vinden op [www.newwindow.nl](http://www.newwindow.nl). ■

\*Lego-utopie: een samengestelde persoonlijke utopie gemaakt uit een eigen combinatie van onderdelen gehaald uit diverse bestaande utopieën. Voorbeeld: Een streven naar een ecologisch duurzame levensstijl met behoud van liberale principes. ■