



The Physical Self

The Physical Self - Peter Greenaway, installatie overzicht Museum Boijmans Van Beuningen, 1991, foto Jannes Linders. De tentoonstelling was van 27-10-1991 t/m 12-01-1992 te zien in het museum.

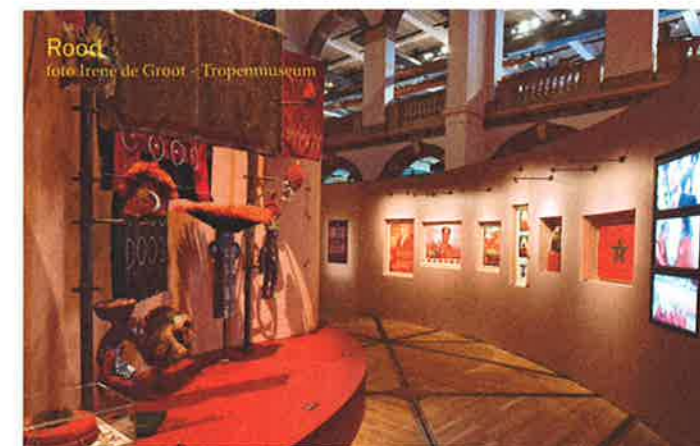
**Tentoonstellingen in musea worden steeds vaker ontworpen door buitenstaanders: ontwerpers die vanuit hun eigen discipline meer geschoold zijn in het neerzetten van een verhalend totaalbeeld dan de klassieke tentoonstellingsontwerper.**

De manier waarop je iets exposeert kan veel zeggen over de betekenis en waarde van een voorwerp. In een zorgvuldig ontworpen en uitgelichte vitrine werkt een object anders dan op een houten tafel. Cineast Peter Greenaway liet dat overtuigend zien toen hij in 1991 in museum Boijmans Van Beuningen een expositie over het menselijk lichaam maakte. 'The Physical Self' bestond uit klassieke en eigentijdse naaktschilderijen, beelden en foto's, maar ook mannen en vrouwen, naakt in vitrines. Nog altijd herinner ik me de gêne en opwinding. Pornografie was het niet, maar een gewone kunsttentoonstelling was het evenmin. De imposante, bomvolle expositie leek een warenhuis van de geschiedenis. Afzonderlijke objecten herinner ik me nauwelijks, de sfeer des te meer. Twintig jaar later lijkt Greenaway school te hebben gemaakt.

Terwijl Nederland excellente tentoonstellingsontwerpbureaus kent, huren musea steeds vaker stylisten, theatervormgevers, retaildesigners en productontwerpers in. Waarom? En hoe benaderen deze buitenstaanders tentoonstellingen? Wat doen zij anders?

De expositie 'Rood' in het Tropenmuseum werd ontworpen door Maarten Spruyt, ooit begonnen als stylist. Hij benadert zijn museumprojecten net als zijn commerciële werk: emotie en sfeer roepen een totaalervaring op en daarvoor gebruikt hij foto's en de meest uiteenlopende *props*. Spruyt voelt zich allang geen stylist meer. Maar een klassieke vormgever die tentoonstellingen op de tekentafel uitwerkt, de kleuren en sokkelmaten doorgeeft en tijdens de opbouw af en toe komt kijken is hij ook niet. Hij werkt met theatrale effecten als verdubbeling, schaal- en perspectiefveranderingen en geluid. De indringende totaalervaring ontstaat bij Rood (over de kleur rood) zelden. In tegenstelling tot bij De Ideale Man, waar gymtoestellen met paspoppen in de handstand, gestapelde autobanden, muurvullende foto's van broeierige scènes met straatbendes, gele collages van modebladen en klassieke mansportretten de juiste snaar raakten. Spruyt ontwierp voor Rood een spiraal, waarin de bezoeker ronddwaalt in verschillende sferen. Maar de hoge centrale hal, de duistere verlichting en de grote diversiteit aan maskers, wapens, sculpturen en zelfs een geborduurde auto werken verbrijkelend en ondermijnen de magie.

Het gevaar van Spruyts *Wunderkammers* is dat de getoonde kunstwerken ondersneeuwen in een inrichting die een kunstwerk op zich wordt. Deze spanning tussen inhoud en vorm, tussen kennisoverdracht en vermaak, is binnen de museumwereld actueel. Museumconservatoren houden graag een kunsthistorisch betoog aan de hand van losse objecten. Museumbezoekers hebben liever een vertelling die behalve het verstand ook het gevoel aanspreekt. Zij zoeken een ervaring en willen iets leren door het te ondergaan. Optimisten vinden deze benadering aansluiten op het dagelijkse leven van de bezoekers, pessimisten zien het vooral als spektakel en vervlaking. Met zijn associatieve, narratieve tentoonstellingen komt Maarten Spruyt wél aan deze veranderende publieksbehoeften tegemoet. Spruyt: "Ik werk liever voor het geïnteresseerde publiek dan voor de kunstkenner. Daarom zet ik alles in om



**Maarten Spruyt (1966):** stylist en art-director voor Tommy Hilfiger, Mexx, Mercedes e.a. ontwerpt sinds 2005 regelmatig tentoonstellingen voor Boijmans Van Beuningen (Alles Dali; herinrichting vaste collectie), het Gemeentemuseum in Den Haag (De Ideale Man; Fashion.nl), de Rotterdamse Kunsthal (Mariëes Dekkers) en het Catharijne Convent (Allemaal Engelen). In zijn ontwerpen draait alles om een totaalervaring. [maartenspruyt.com](http://maartenspruyt.com)





De Ideale Man



Voici Paris

een sfeer te scheppen." De musea gaan met hem mee. Niet enkel omdat zijn aanpak leuk is, ze willen ook zo veel mogelijk bezoekers.

Ontwerper Marcel Schmalgemeijer discuteert tijdens het ontwerpen regelmatig met conservatoren. Zo wilde hij op Picasso in Parijs 1900-1907 in het Van Gogh Museum kleinere werken in een collage bijeenhangen. Dat ging niet door omdat de curator vreesde dat de werken te weinig individuele aandacht zouden krijgen. Schmalgemeijer is geen kasten- en vitrinebouwer, maar dramatiseert exposities via grote, ruimtelijke gebaren. Een brutaal hoogtepunt was Lekker Decadent, waarin hij fragiel serviesgoed exposeerde op bergen wit aardewerk, groen glas en spiegelscherven. Industrieel afval dat tegelijk weelde en overvloed uitstraalde. Voor Held, over Hollandse helden, bouwde hij de Nieuwe Kerk in Amsterdam niet dicht, wat vaak wel gebeurt. Hij benutte de extreme hoogte en plaatste reusachtige panelen tegen de pilaren, behangen met schilderijen en objecten rond een thema. Als bindend element legde hij midden in de kerk een oranje veld met twee tribunes. De poort in één daarvan vormde de entree tot de tentoonstelling en steeds als er publiek doorliep klonk er gejoel. Schmalgemeijer ontwerpt altijd met de "ongeïnteresseerde bezoeker" in zijn achterhoofd, zoals de puber die met zijn ouders meekomt. "Die probeer ik te bereiken door dingen spannend neer te zetten." Maar ook de specialist komt bij hem aan zijn trekken.

Voor Pretty Dutch, over achttiende-eeuws porselein, ontwierp hij een wandvullende vitrine met honderden serviesonderdelen, opgesteld als in een vlinderkast. Op de wanden van de zaal projecteerde hij speciaal gemaakte, opgeblazen video-opnamen van de verfijnde, maar nauwelijks zichtbare porseleinbeschilderingen. Gefascineerd door een beeld kon de bezoeker zelf het corresponderende object opzoeken en nader bestuderen. Volgens Schmalgemeijer willen musea meer theateraard vormgeven tentoonstellingen en wordt het verschil tussen het ontwerpen voor een theater en een expositie kleiner. "Maar bij toneelproducties gaan processen sneller. In de musea moeten meer partijen allemaal toestemming geven. Dat maakt het traject logger." Verklaart dat misschien dat zijn Picasso-tentoonstelling minder extreem, maar wel fijnzinniger werd?



Lekker Decadent  
foto Marcel Schmalgemeijer  
bij Lekker Decadent  
i.v.m. Studio Aandacht

**Marcel Schmalgemeijer (1968):** studie Academie voor Industriële Vormgeving Eindhoven, stage bij Zuidelijk Toneel. Werkte jaren als theatervormgever voor Toneelgroep Amsterdam en regisseurs als Pierre Audi, Olivier Provily en Peter de Baan. Sinds 2005 tentoonstellingsdesign: de Princessehof (Lekker Decadent; Pretty Dutch), de Nieuwe Kerk (Held), het Van Gogh Museum (Avant-gardes '20/'60; De doorbraak naar Moderniteit). Schmalgemeijer dramatiseert ruimten d.m.v. grote gebaren. [marcelschmalgemeijer.nl](http://marcelschmalgemeijer.nl)



Pretty Dutch

### Aanbieding

Items mag vijf exemplaren van Kossmann.dejongs boek *Engaging Spaces; Exhibition Design Explored* weggeven. Zie de aanbiedingen op p. 105



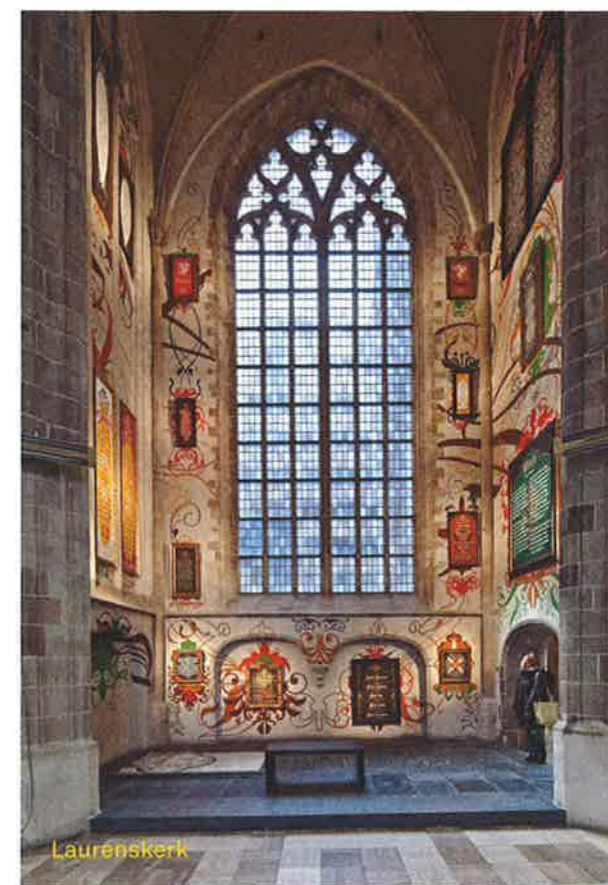
Held  
Grafische vormgeving: Mariëtte Tolenaar

De architecten Herman Kossmann en Mark de Jong van Kossmann.dejong benadrukken zowel het verhaal als de ruimte. De titel van hun recente boek *Engaging Spaces* slaat op hun aanpak om tentoonstellingsruimten te veroveren en te bezielen. Zij vertellen een verhaal, waarin zij experimenteren met licht, beeld en geluid, en ze vergelijken zichzelf met filmregisseurs. Greenaway is dan ook een van hun inspiratiebronnen. In hun beste werk ontstaan spannende syntheses, zoals in de recente herinrichting van de Rotterdamse Laurenskerk. In de kapellen verbeeldden zij twintig verhalen over de geschiedenis en het gebruik van de kerk en Rotterdam, aangevuld met een audioboek. De ruimte werd maximaal benut en transformeerde zelf tot een tentoonstelling, de muren spreken. Hetzelfde deden zij met de vaste collectie in het Nederlands Joods Historisch Museum. In de galerijen van de Nieuwe Synagoge vertellen zij de Joodse geschiedenis van de twintigste eeuw met objecten, historische filmbeelden en speciaal gemaakte interviews.

### Tijdperken

De narratieve en ruimtelijke aanpak van bovenbeschreven ontwerpers hangt nauw samen met de veranderende rol van het museum. Dat is steeds minder een tempel van kunst en wijsheid, steeds meer een publieksvriendelijk instituut zonder drempel. Herman Kossmann: "De bezoeker die teksten leest en objecten bestudeert met de handen op de rug verdwijnt. Jongere kijkers nemen sneller op en brengen andere bagage mee, fragmentarischer misschien. Zij willen participeren en hun mening interactief ventileren." Het boek *Beyond the black box and the white cube* dat Johan Idema en Roel van Herpt eind vorig jaar publiceerden (zie ook Boeken in dit nr.) brengt die ontwikkeling scherp in kaart. Volgens de auteurs zijn we van een "netvlietijdperk" (kijken) overgegaan naar een "hersentijdperk" (denken) en bewegen we nu richting "handentijdperk". Zij constateren een legitimatiecrisis van musea (en theaters). Deze moeten meer inkomsten genereren en de band met hun publiek versterken. Bezoekers willen afwisseling, beleving en een informeler, comfortabel gebouw. Musea en theaters zouden net zo verleidelijk moeten worden als winkels en restaurants, zodat mensen er graag verblijven. Ook hier pionieren productontwerpers. In het Groninger Museum ontwierpen destijds Michele

**Kossmann.dejong:** de architecten Herman Kossmann (1958) en Mark de Jong (1960) specialiseerden zich in tentoonstellingsdesign. Zoals het Dolhuys (Haarlem); Hendrik Wijdeveld in het NAI; Kramer versus Rietveld in het Stedelijk Museum Amsterdam; en het Joods Historisch Museum. Zij zien zichzelf als regisseurs van een multidisciplinair proces en 'veroveren' de tentoonstellingsruimte d.m.v. verhalen, licht, beeld en geluid.  
[kossmanndejong.nl](http://kossmanndejong.nl)



Laurenskerk





Laurenstern

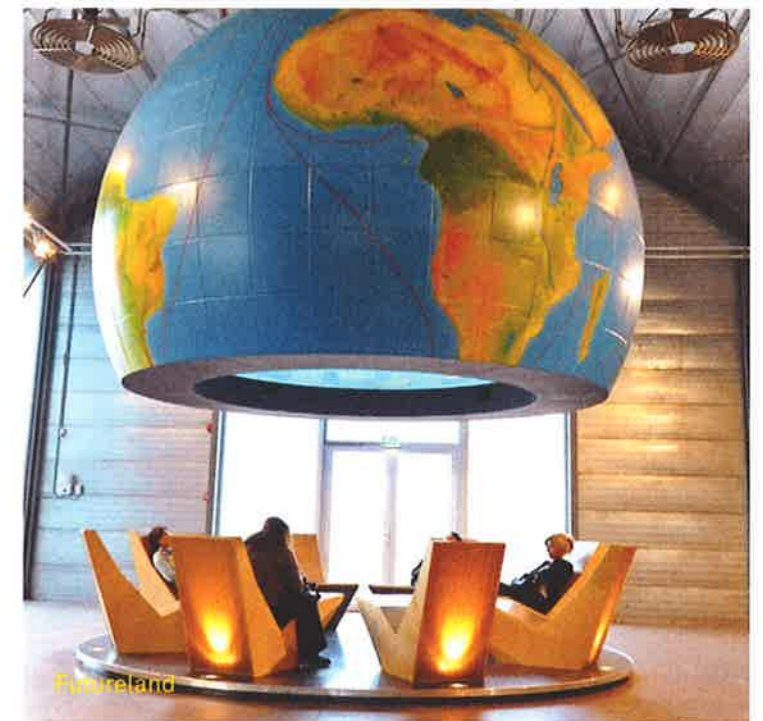
De Lucchi, Philippe Starck en Alessandro Mendini het interieur (zie het artikel uit *Items* 8 1994 hierover op onze website), recentelijk gevolgd door Jaime Hayon, Studio Job en Maarten Baas. Ineke Hans restylede in 2003 de formele stijlkamers van het Haags Gemeentemuseum tijdelijk tot een eigentijdse ambiance en Niels van Eijk en Miriam van der Lubbe transformeerden het Muziekgebouw Frits Philips in Eindhoven. Zij waren gevraagd voor het interieur, maar ontwierpen ook een nieuwe glasgevel die het gebouw opentrekt. Digitale muurprojecties, een van kleur verschildend plafond en informele meubeilanden maken het muziekgebouw aantrekkelijker en publieksvriendelijk.

Musea krijgen dus oog voor de manier waarop warenhuisketens publiek trekken en verleiden. Retailontwerper Markus Konings van Sandenburg concept creation krijgt dan ook steeds meer musea als klant. Volgens hem kunnen zij leren van bedrijfs-exposities zoals de Heineken Experience, waarin bezoekers participeren en via de zogeheten Bottle-ride het traject van een bierflesje bijna fysiek volgen. Konings: "In ons bezoekerscentrum Futureland, over de Tweede Maasvlakte, kunnen bezoekers via touchscreens ervaren hoe het is een schip te besturen en te docken." Ook kunnen musea proberen meer te verdienen door hun restaurant en winkel af te stemmen op de vaste collectie. Zowel inhoudelijk als qua vormgeving. In Museum Naturalis ontwierp Sandenburg een horecapunt dat vers gebakken brood en bio-koffie serveert, passend bij de collectie en de bezoekers. De plattegrond en de vorm van de meubels zijn geïnspireerd op de ruggengraat van een dier uit de museumcollectie. Bezoekers voelen zich thuis, blijven langer en besteden meer.

Toen het Zeeuws Museum in Middelburg haar vaste collectie in 2007 herinrichtte, koos men voor een associatieve retail-presentatie. Er kwamen fraai uitgelichte wonderkamers waarin de uiteenlopende historische voorwerpen als koopwaar liggen uitgestald. De bezoekers mogen de stoffen van klederdrachten aanraken en er vinden modeshows plaats. Beeldend kunstenaars Birthe Leemeijer en Remy Jungermann maakten kunstprojecten over heimwee en identiteit, vertrekkend vanuit de collectie. Een ander streekmuseum, het Zuiderzee Museum in Enkhuizen, treedt zelfs als opdrachtgever op. Het vroeg

hedendaagse ontwerpers zich te laten inspireren door meubels en voorwerpen uit bestaande museumcollectie. Binnenkort presenteert het Nijver|heden, waarin Studio Makkink & Bey de evolutie van het ambacht onderzoekt.

Peter Greenaway stelde in *The Physical Self* prikkelende vragen, waarop de nieuwe tentoonstellingsontwerpers opwindende antwoorden geven, vol emoties en verhalen. Maar is hun inbreng zaligmakend? Is het voor iedereen prettig toeven in een door anderen voorgekookte ervaring? Komt het individuele object in zo'n installatie voldoende tot zijn kunsthistorische recht? En moet je de samensmelting tussen museum en commercie niet met argusogen volgen? Zeker is dat bezoekers beter bediend en vermaakt moeten worden, anders blijven ze weg. Maar, zoals Herman Kossman wijze stelt: "Snelle kijkers kun je ook met negentiende-eeuwse procedés boeien. Wij geloven in een combinatie van oude en nieuwe technieken." ♦



Futureland

**Peter van Kester** studeerde kunstgeschiedenis in Utrecht en Amsterdam. Hij werkt als freelance journalist, curator en adviseur en schrijft regelmatig voor *Items* en andere bladen. Hij maakt exposities voor o.a. het ABC Architectuurcentrum Haarlem, Binnen en Museum Waterland over ondermeer Memphis, Michele De Lucchi, Ettore Sottsass, Jasper Morrison, Konstantin Grcic en Toshiyuki Kita.

**Markus Konings van Sandenburg concept creation** werkte voor Heineken, Sara Lee en de VVV en doet steeds vaker museumprojecten (*Verkade Experience*; *Zaans Museum*), *Futureland* over de Tweede Maasvlakte; horecaruimten in *Naturalis* (Leiden) en animaties voor het Fries Natuurmuseum. Tentoonstellingen moeten volgens hem verhalender worden. Zoals *Rembrandt* en *Caravaggio*, in het Van Goghmuseum, een wedstrijd tussen twee kunstenaars. [sandenburg.com](http://sandenburg.com)



Futureland

# Tentoonstellingsontwerp

Tentoonstellingen in musea worden steeds vaker ontworpen door 'buitenstaanders': ontwerpers die vanuit hun eigen discipline meer geschoold zijn in het neerzetten van een verhalend totaalbeeld dan de klassieke tentoonstellingsontwerper. Hoe benaderen deze buitenstaanders tentoonstellingen?  
52



# Tech-textiel en mode

Nog maar 7300 nachties slapen en dan springen de outfitjes in de C&A en de H&M misschien uit zichzelf van hun hangertje op ons af. Nieuwe technologieën en materialen kunnen letterlijk steeds meer in de mode komen, maar helaas lopen de meeste modeontwerpers nog wat achter bij het verzinnen van vehikels voor al die nieuwe ontwikkelingen.  
42



# Games

Nederlandse game-industrie  
De afgelopen tien jaar heeft de game-industrie wortel geschoten in Nederland. Veel grote studio's zijn er nog niet (grote spelen wel), maar er is wel een netwerk van opleidingen, organisaties en bedrijven. Een duik in de magische cirkel van het Nederlandse gamelandschap. "Als het rood is, moet je erop schieten."  
62



# Ontwerpers voor de echte wereld

Met de aanstelling van Curator Ilse Crawford, Connector Walter Amerika en een zakelijk directeur is de leiding en de expertisestructuur van Design Academy Eindhoven weer compleet. Een gesprek over de toekomstplannen van de nieuwe directie.  
36



# Portfolio Pieke Bergmans

Een van haar docenten, ontwerper Ron Arad, zei ooit tegen haar: "To open doors is my job, but in your case I would suggest to close some doors." Pieke Bergmans ontbreekt het nooit aan inspiratie. Onder de naam Design Virus verspreiden haar producten zich als een epidemie.  
70



# inhoud

Redactioneel	6
Vormlust: PROVO	34
Beeldcolumn:	
Pinar&Viola's	61
Column Ron Kaal:	
Gekortwiekt design	79
Case Ahrend	82
Case SKIL	84
Case Teldesign	86
Lezersaanbiedingen	104
Next	107

# update

What Design Can Do	12
Keulen 2011	15
Object Rotterdam	17
Graphic Design Worlds	18
Indie Game Awards	21
Bugaboo Donkey	22
Levende postzegels	23
Creative Amsterdam	25
Vouwblad Lenoir Schuring	26
Revitalisatie Groninger Museum	27
Tokujin Yoshioka	29
De stoel van Rietveld	30
Tree of Codes / Sarah de Bondt	33

# boeken

Goudmijn van Jonathan Puckey: Galeislaaf	88
Idle Idol:	
The Japanese Mascot	91
Amsterdamse Pleinen	92
I Wonder Marian Bantjes	93
Schetsen voor een Nationaal Historisch Museum	94
Beyond the black box and the white cube	95
Collecting Design	96
In het kort:	97
Ootje Oxenaar door Els Kujpers en Jan van Toorn	98
From Mad Dutch Disease to Born to Adorn/ Hervé Moran	100
	101

Papier: Binnenwerk: Lessebo smooth 1.2 white 115 g/m<sup>2</sup>  
Lessebo wordt CO<sup>2</sup> neutraal geproduceerd  
Omslag: Algo Design Duo 250 g/m<sup>2</sup>  
Igepa Nederland, Tiel  
Foliedruk op omslag: Hensen foliedrukkers, Oirschot  
Foliestempels: Repro Hermans, Rotterdam  
Warmdrukkfolie: Packvision, 's-Hertogenbosch

# colofon

Items verschijnt zes keer per jaar en is een uitgave van Stichting Design Items

Uitgeverij en redactie  
De Wittenstraat 102-104  
1052 BB Amsterdam  
T +31 (0)20 6829479 F +31 (0)20 4752289  
info@items.nl items.nl  
Postbus 10189 1001 ED Amsterdam

Hoofredacteur: Max Bruinsma  
Managing editor: Pao Lien Djie  
Eindredacteur: Roelien Plaatsman  
Webredacteur en Redactieassistent: Robbert van Strien  
Redactie: Harmen Liemburg, Marc Vlemmings, Thonik  
Columnist: Ron Kaal  
Stagiaires: Ragna Manz, Fritz Ponce

Aan dit nummer werkten mee: Irene Cécile, Dolf Broekhuizen, Frederico Duarte, Ed van Hinte, Niels 't Hooft, Bernard Hulsman, Peter van Kester, Max Kisman, Stanislaus Kunst, Jonathan Puckey, Chris Reinewald, Viveka van de Vliet

Art direction / grafisch ontwerp: Thonik  
Uitgever: Stichting Design Items  
Publishing advisor: Ronald Kraayeveld

Lithografie en druk: Spinx & Industrie Drukkerij

© Stichting Design Items

Advertentieacquisitie en Marketing  
RSM Co Publishers  
Eerste Jan Steenstraat 101  
1072 NG Amsterdam  
T +31 (0)20 3050550  
F +31 (0)20 3050551  
items@rsminfo.nl

Productie Cases  
RSM Co Publishers, onder redactie van Items

Opgave en vragen over abonnementen:  
Abonnementenland  
Postbus 20  
1910 AA Uitgeest  
T ABOLAND +31 (0)900 2265263  
F +31 (0)251 310405  
aboland.nl voor abonneren, bestellen, adreswijzigingen en opzeggen

Beëindigen abonnement:  
Opzeggingen (uitsluitend schriftelijk) moeten tenminste 8 weken voor afloop van de abonnementsperiode bij ons zijn.

Prijzen (wijzigingen voorbehouden)  
Losse nummers € 13,50  
Abonnementprijs per jaar (6 nummers) € 77,50 / Studenten / CJP-houders en BNO-leden € 58,00  
Zie www.items.nl voor lopende aanbiedingen  
Prijzen gelden uitsluitend in Nederland. Aan abonnees buiten Nederland worden verzendkosten doorberekend.

Ongevraagd toegezonden materiaal wordt alleen op verzoek geretourneerd. Bij de keuze van illustratiemateriaal is zoveel mogelijk getracht de daarop rustende auteursrechten te ontzien of te honoreren. Zij die menen auteursrechtelijke aanspraken te kunnen maken, worden verzocht in contact te treden met de uitgever. Niets uit deze uitgave mag worden overgenomen zonder schriftelijke toestemming van de uitgever.

ISSN 1381-4249

Wij maken u erop attent dat aan ons verstrekte gegevens zoals naam, adres en telefoonnummers van abonnees worden opgenomen in ons gegevensbestand.

Cover: Thonik

Mede mogelijk gemaakt door subsidie van de Mondriaan Stichting, Pictoright en het Prins Bernhard Cultuurfonds



PICTORIGHT

