

Verhalen vertellen met tentoonstellingen

... Concentratie organiseren en nieuwsgierigheid opwekken.

... Dat is het werk van Kossmann.dejong.

► AMSTERDAM

Tentoonstellingsontwerper Kossmann.dejong uit Amsterdam heeft in twintig jaar tijd flink wat aanzien opgebouwd in binnen- en buitenland. Met tentoonstellingen als *Wereld vol veren* (Museum Volkenkunde, Leiden), *Maria* (Museum Catharijneconvent, Utrecht) en de *World Expo* in Shanghai zetten de ontwerpers een onderbelicht en dienstbaar vakgebied stevig op de kaart. Op het bureau aan de Ruyterkade in Amsterdam, met uitzicht op het IJ en op een steenworp afstand van het Centraal Station, heerst stille concentratie. Medewerkers turen naar hun beeldscherm, rekken zich uit of lopen naar de keuken voor koffie, gesproken wordt er nauwelijks. Mark de Jong, medeoprichter, partner en creatief directeur van Kossmann.dejong, neemt de trap naar de *boardroom* een etage hoger. Terwijl op de achtergrond de trambellen rinkelen, vertelt De Jong over het ontstaan van het ontwerp bureau en de uitdagingen in zijn vak.

'We hebben dit vak zelf mogen uitvinden', vertelt De Jong, terwijl hij bladert in het boek *Engaging spaces*, een eigen uitgave over het werk van de tentoonstellingsarchitecten. 'In 1998 zijn Herman (Kossmann, red.) en ik samen dit bureau begonnen, specifiek gericht op het ontwerpen van tentoonstellingen. We kenden elkaar van de bouwkundestudie in Delft. Aangezien er geen opleidingen voor dit vak zijn in Nederland, moesten wij het zelf ontdekken en vormgeven. Dat gaf ons een enorme vrijheid.'

Hij wijst op de fullcolour-foto's en de bouwtekeningen in het boek. 'In 1995 maakten Herman en ik onze eerste tentoonstelling samen, over de wederopbouw van Rotterdam. Er was geen locatie, geen collectie, geen organisatie, geen aansturing. We werden helemaal vrijgelaten. Toen zijn we zelf maar museum gaan spelen. We hebben onze eigen curatoren verzameld en een tijdelijk museum gebouwd op een braakliggend terrein in de stad.'

Een Romneyloods van 120 meter lengte fungeerde als tijdmachine waar de bezoekers door de tijd konden reizen. 'Je stapt binnen in het vooroorlogse Rotterdam, dan maak je de wederopbouw van de stad door de jaren heen mee en bij de toekomst stap je naar buiten. De tentoonstelling was opgebouwd als een theaterstuk. Deze opdracht was voor ons een ontzettend belangrijke ervaring. We moesten echt nadenken: hoe vertellen we dit verhaal het beste, op een spannende manier? Dat heeft ons geïnspireerd om vrij te denken over het vertellen van verhalen op een ruimtelijke manier. Aan deze vrijheid zijn we zo verknocht geraakt dat we die bij elke nieuwe tentoonstelling nog steeds zoeken.'

beleving

Bij de tentoonstelling *Wereld vol veren* in Museum Volkenkunde in Leiden deden de tentoonstellingsontwerpers een beroep op meerdere zintuigen. De bezoeker wandelt onvermoed een enorme vogelkooi bin-



'Urbanian Pavilion' op de *World Expo* in Shanghai, waarmee expositieontwerper Kossmann.dejong zich flink op de kaart zette.



Mark de Jong

nen waarin de rollen tussen mens en dier zijn omgedraaid. De vogels buiten de kooi, de bezoekers binnen. 'De eerste stap in de *Wereld vol veren* is overdunderend. Met beeld, geluid, sfeervolle belichting en muziek wordt de bezoeker ondergedompeld in een andere werkelijkheid', schreef het *Nederlands Dagblad* over de expositie, die vanaf 12 mei te zien is in het Afrika Museum in Berg en Dal. 'Door de verhalen zo echt mogelijk te maken, vergroten we de kans op identificatie en emotie', vervolgt De Jong. 'Nog voor het woord bestond, brachten wij *experience design* al in praktijk. Wij willen dat de bezoeker echt iets meemaakt. Dat je een tentoonstelling anders uitkomt dan je erin gegaan bent. Dat je iets wijzer geworden bent en dat er nog wat

blijft nazoemen: informatie, beleving die je nog aan het verwerken bent. In het beste geval roept het ook vragen op.'

Kossmann.dejong maakt vaak tentoonstellingen over onderwerpen waarbij maatschappelijke vraagstukken aan de orde komen. 'Wij maken de vertaalslag van wat de opdrachtgever wil laten zien, naar het publiek dat het verhaal gaat ontvangen. Omdat het publiek breed en verschillend is, brengen wij een gelaagdheid aan in onze ontwerpen. De hoofdlaag krijgt iedereen mee. Daaronder zitten lagen die bezoekers, afhankelijk van interesse, tijd en voorkeur, ook nog kunnen ontdekken. Daar moet je naar op zoek. Dat maakt onze tentoonstellingen heel rijk.'

Technologische ontwikkelingen maken tegenwoordig een multidisciplinaire beleving van een tentoonstellingsbezoek mogelijk. Wat doet Kossmann.dejong om de spanningsboog van de bezoeker op te rekken of het publiek alert te houden tijdens een bezoek?

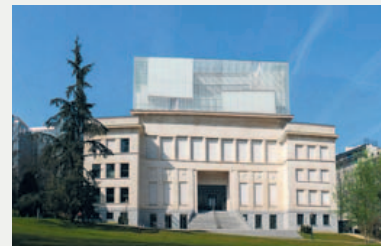
'Bezoekers lopen rond en worden afgeleid door andere bezoekers. Dit bepaalt hoe wij het verhaal vertellen. Dat kan niet van A naar B, omdat we niet weten welk stuk de bezoeker oppikt en welk stuk niet. Daarom bieden wij steeds fragmentjes aan met meerdere lagen. Afhankelijk van iemands interesse of voorkennis creëert de bezoeker zo 'n eigen reis. Op een gegeven moment treedt er verlies van concentratie op; dan biedt zo'n grote vogelkooi als in *Wereld vol*

veren de welkome variatie waardoor de bezoeker weer fris en scherp wordt gemaakt voor een bezoek aan een volgende ruimte. Daarom richten wij de ruimtes verschillend in. Als alles er hetzelfde uitziet, haakt de bezoeker snel af. Wij kunnen veel middelen inzetten om de bezoeker te boeien: tekst, beeld, objecten, licht en geluid. Geluid is een prachtig medium, waar we bijna altijd gebruik van maken. Hiervoor werken we samen met

sounddesigners. Geluid kan heel prominent zijn, maar ook heel subtiel. Bij *Microproia*, een museum over microben bij Artis, gebruiken we een nauwelijks waarneembare geluidsomgeving om het mysterie van het leven uit te drukken. Het geluid versterkt het gevoel dat de bezoeker een nieuwe wereld betreedt. Het geeft een mysterieuze sfeer. De belangrijke vraag voor ons is: hoe kan ik concentratie organiseren en nieuwsgierigheid wekken bij de bezoeker?'

HUIS VAN DE EUROPESE GESCHIEDENIS

Op 6 mei opende in Brussel het Huis van de Europese geschiedenis. Het museum is gewijd aan de naoorlogse geschiedenis van Europa en is gevestigd in het gerenoveerde Eastmangebouw in de Europese wijk bij het Leopoldpark. Het museum wil jongeren aanspreken en hun belangstelling voor Europa tot leven wekken. Het wil een beter begrip van de Europese geschiedenis bevorderen en het debat over het Europese integratieproces stimuleren. Belangrijke onderwerpen zijn migratie en Europese identiteit. De tentoonstelling is uitgevoerd in alle 24 officiële talen van de Europese Unie, de toegang is gratis. Vanaf het begin is het tentoonstellingsarchitectenbureau Kossmann.dejong betrokken bij het ontwerp en de inrichting van de tentoonstelling. Creatief directeur De Jong over het proces: 'Het Eastmangebouw was een laboratorium en is verbouwd tot een museum. Toen wij ons plan vier jaar geleden moesten indienen, was het gebouw nog niet te bezoeken. Wij hebben de bouwtekeningen goed bestudeerd en samen met een tentoonstellingsbouwer een plan opgesteld, in competitie met vier andere bureaus. Het thema was 'ontmoetingen en verbindingen'. We hebben



Huis van de Europese geschiedenis in Brussel.

een concept en een begroting aangeleverd met ideeën over interactie met bezoekers.' Het ingewikkelde van deze tentoonstelling is dat die over twee etages is verspreid. Een trappenhuis verbindt de etages. 'Dat is een ruimte waar de bezoeker uit zijn concentratie kan raken. Heel bewust hebben wij dat trappenhuis een functie gegeven in de totale vertelling. Met projectie en interactiviteit. Iedere bezoeker moet een aantal vragen beantwoorden. Die vragen gaan over afkomst, taal, vrienden en voorkeuren voor



De vogelkooi in de tentoonstelling *Wereld vol veren* zorgt ervoor dat de bezoeker weer fris en scherp de volgende ruimte bezoekt.



De tentoonstellingsruimte van *Wederopbouw Rotterdam* bevindt zich in een loods van 120 meter lengte.

Volgens zakelijk directeur Ellen Schindler werken jullie 'in de Champions League van tentoonstellingsmakers'. Zijn er nog ambities bij Kossmann.dejong nu er op internationaal niveau gewerkt wordt?

'Wij hebben met ons huidige bureau een enorme slagkracht. Van IJsland tot Abu Dhabi, wereldwijd ontwerpen we tentoonstellingen waarin we dienstbaar zijn en tegelijk ook schepend. Tijdens het ontwerpproces proberen wij iets autonooms en ei-

genwijs toe te voegen. We werken echter altijd in opdracht. Door een keer onze eigen opdrachtgever te worden, net als twintig jaar geleden in Rotterdam, zouden we bijvoorbeeld een tentoonstelling kunnen maken over de vluchtelingen crisis, een maatschappelijk onderwerp dat iedereen aangaat. In opdracht situaties moet je altijd concessies doen. Opdrachtgever van je eigen tentoonstelling worden. Dat is mijn stiekeme ambitie.' <

plaatsen in Europa. Zo worden de verbindingen van de bezoeker met de rest van Europa duidelijk. Dit wordt groot op een kaart geprojecteerd. Op deze manier koppelen we beide etages aan elkaar. Met dat idee hebben wij de opdrachtgever overtuigd. En zo zal de bezoeker het ook te zien krijgen.' Het idee voor het Huis van de Europese geschiedenis werd al in 2007 gelanceerd door de Duitse christendemocraat Hans-Gert Pöttering toen hij voorzitter van het Europees Parlement werd. Vorige week klom er van verschillende kanten kritiek dat het parlement in deze eurosceptische tijden 55 miljoen euro uittrekt voor een museum dat is gewijd aan de Europese eenwording. 'Het wordt al snel propaganda', zei SP-Europarlementariër Dennis de Jong in *NRC Handelsblad*. 'Ze willen laten zien dat we allemaal één zijn, maar zo voelen de mensen dat helemaal niet en dit museum gaat daar niets aan bijdragen.' Pöttering reageerde in dezelfde krant: 'Het is belangrijk dat we leren van de fouten in het verleden. Dit Huis moet een boodschap zijn aan iedereen dat we bij elkaar moeten blijven. Solidariteit verenigt ons in Europa.'