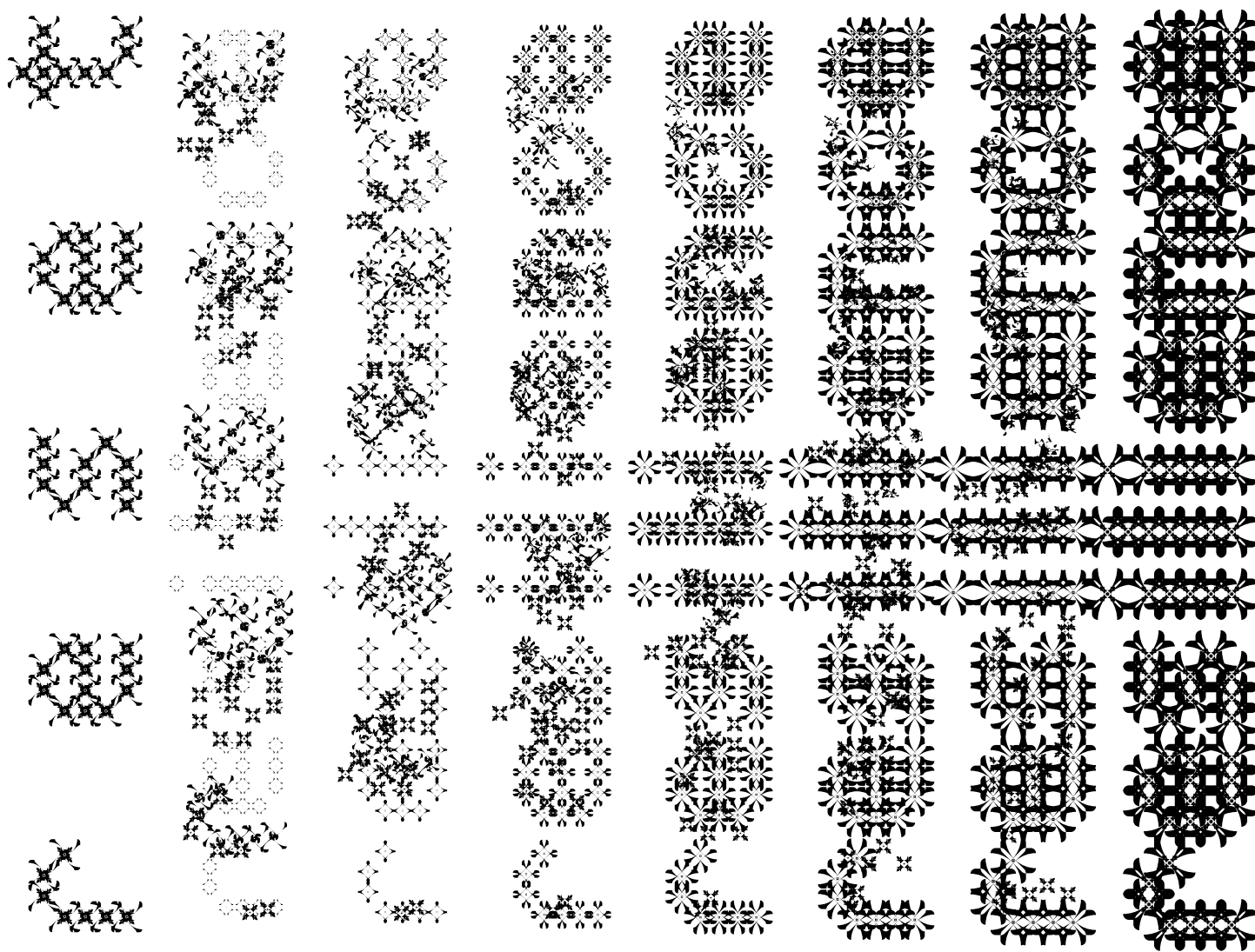


Dutch designers Yearbook

nai010 publishers



Dd'20

Reset

The Option of a Fundamental Reset, Essay by Edo Dijksterhuis	8
Design Dialogue with Bernhard Lenger & Kiki van Eijk	20

Design & Inclusivity

Nothing About Us Without Us Essay by Jeroen Junte	32
Interview with Simon Dogger	42

Design & Transition

Liebe Ursula, Essay by Timo de Rijk	50
Interview with Esther Jongasma & Sam van Gurp of VANTOT	58

Contents	5
----------	---

Design Graduates

Designing Apart Together	66
Work by 20 Graduates	74

Design Awards

Showcase of 30 Projects	107
-------------------------	-----

Design Heroes

Profile of 10 Designers	146
-------------------------	-----

Resilience

Driving Dutch Design	162
The Future is in the Eye of the Beholder	170

Index	176
Credits	180

Contents	6
----------	---

Driving Dutch Design

Achttien opkomende ontwerpers en studio's deden dit jaar mee aan Driving Dutch Design, het professionaliseringstraject van ABN Amro, Beroepsorganisatie Nederlandse Ontwerpers (BNO) en Dutch Design Foundation (DDF). Zij verhieven 're-value' tot overkoepelend thema: waarden tegen het licht houden, herdefiniëren en opnieuw laden. Corona zorgde voor een onverwachte stroomversnelling.

Eighteen emerging designers and studios participated in this year's Driving Dutch Design, the professionalisation programme powered by ABN Amro, the Association of Dutch Designers (BNO) and the Dutch Design Foundation (DDF). They chose 're-value' as the overarching theme: examining values, redefining and reloading them. The coronavirus unexpectedly sped things up.

Class of '20

Words: [Edo Dijksterhuis](#)
Images: [Sophie Balch](#)



MOST LIKELY TO SAY YES

Sophie Balch, ST-DUO
www.st-duo.com



MOST LIKELY TO FIX IT

Pim Bens, De Reuringdienst
www.dereuringdienst.nl



GREATEST DANCER

Thomas Bevelander, Thomas & Jurgan
www.thomasenjurgan.nl

Tijn de Kok en zijn partner Sophie Balch van ST-DUO sloegen in eerste instantie aan op het subthema 'rebel'. Zij zouden wel even de grafische vormgeving gaan opschudden. Vol bravoure en met torenhoge ambities begonnen ze aan het Driving Dutch Design-traject. "Wij denken altijd groot over grote problemen", stelt De Kok. "Maar we leerden al snel dat je door die problemen te verkleinen ze behapbaar maakt. En we realiseerden ons hoezeer ons vakgebied naar binnen gericht is. We hebben het omgedraaid door naar buiten te kijken."

Het tweetal schreef een manifest rondom vijf symbolische personages waarmee klanten zich kunnen vereenzelvigen en beter begrijpen wat ze eigenlijk willen. "Maar gaandeweg begrepen we ook steeds beter wat onze eigen visie is. En wie daar bij past. Vroeger hadden we vooral festivals en nachtclubs als opdrachtgever maar nu zijn we actief contact aan het leggen met andere partijen als stichtingen, musea of een platform voor inclusiviteit."

Ook voor conceptueel ontwerper Noud Sleumer was 2020 een jaar van zelfreflectie. "Ik heb twee jaar geleden mijn Master's afgerond en wilde professionaliseren, mijn ondernemerschap verbeteren en mijn netwerk vergroten. Als beginnend ontwerper ben je blij met iedere opdracht, in mijn geval veel workshops, maar ik wil liever meer doen in lijn met mijn vrije werk. Tot nu toe ben ik te meegaand geweest en heb ik niet altijd gekozen voor mijn eigen inbreng, wat zorgde voor frustratie achteraf. Ik heb nu voor het eerst opdrachten afgewezen omdat ik ze niet bij me vind passen."

Sleumer heeft de regie over zijn carrière meer in eigen hand genomen. In plaats van reageren op de vraag van klanten, richt hij zich nu op research. In zijn Atlas van Elektronisch Afval verwerkt hij VN-onderzoeken over e-waste tot een visueel aantrekkelijk en voor leken te begrijpen foto-installatie waarin hij de productgeschiedenis van onder andere smartphones ontleedt. "Die VN-rapporten zijn taai en niemand leest ze. Het zou mooi zijn als mijn werk terecht komt bij de VN in plaats van de musea waar ik gewoonlijk exposeer."

Dorian Kingma en Myrthe Krepel van discursive designbureau Smelt hebben naar eigen zeggen al een hybride vorm gevonden om opdrachtwerk en zelf geïnitieerde projecten te combineren. En dat terwijl ze vorig jaar eigenlijk niet eens goed konden uitleggen wie ze waren en wat ze deden. "Smelt was een leuke experimenteer-ruimte", stelt Krepel. "We waren er twee dagen per week mee bezig. Daarnaast was ik in loondienst en Dorian deed freelance klussen. Door de masterclasses werd het voor ons steeds helderder welke waarde wij toevoegen voor klanten. We lieten een huisstijl maken en toen werd het heel snel heel serieus."

"We zijn nog op zoek naar de juiste structuur", voegt Kingma toe. "Maar als je met z'n tweeën bent, word je sneller een bedrijf. Anders dan als éénpitter moet je afspraken maken. Voordat we de week beginnen, hebben we een voorbespreking."

Bij dat toegenomen zelfbewustzijn hoort ook een andere omgang met opdrachtgevers en opdrachten. "Je moet altijd kritisch zijn en jezelf de vraag stellen: ben ik wel de juiste persoon om dit te doen? En soms ook een opdracht teruggeven als dat niet het geval is. Zo kregen wij – samen met collega-Driver Myrte van der Molen – een opdracht van het What if Lab van ABN Amro om voor bankmedewerkers invoelbaar te maken wat het betekent om buitengesloten te worden. Wij zijn op zoek gegaan naar plekken waar wijzelf exclusie voelen: een make-up workshop, een moskee

Tijn Kok and his partner Sophie Balch of ST-DUO initially felt attracted to the subtheme 'rebel'. They were going to shake up graphic design. They started the Driving Dutch Design programme full of bravura and extremely ambitiously. 'We always think big about big problems', says De Kok. 'But we soon learnt that problems become more manageable by breaking them down into smaller problems. We also realised how inward looking our field is. So we turned things around to look outward.'

The duo wrote a manifesto featuring five symbolic characters that clients could identify with to better understand their needs. 'But along the way also started to better understand our own vision and the type of client that goes with it. We used to cater mostly to festivals and nightclubs, but now we are actively connecting with other principals such as foundations, museums and an inclusivity platform.'

For conceptual designer Noud Sleumer, 2020 was a year of self-reflection too. 'I graduated with a master's degree two years ago and wanted to professionalise, improve my entrepreneurial skills and enlarge my network. As an emerging designer you're happy to accept every commission, in my case a lot of workshops, but I'd prefer to do projects aligned with my personal work. I've been too compliant so far and haven't always opted for my own input, which left me feeling frustrated afterwards. Now, for the first time, I have rejected commissions because they didn't suit me.'

Sleumer has taken more control of his career. Instead of reacting to clients' demands he focuses on research. His Atlas of Electronic Waste transforms UN reports on e-waste into a visually attractive lay-person comprehensible photo installation dissecting the product history of, among other things, smartphones. 'Those UN-reports are dense and nobody reads them. It would be great if my work ends up at the UN instead of museums, where I usually exhibit.'

Dorian Kingma and Myrthe Krepel of discursive design agency Smelt have already found a hybrid form to combine commissions and self-initiated projects. Even though a year ago they couldn't even formulate who they were or what they did. 'Smelt was a fun place for experimentation', says Krepel. 'We worked two days a week. At the time, I was holding down a job too and Dorian did freelance jobs. The masterclasses increasingly made clear what our additional value to clients is. Moreover, we had a corporate identity made for us and then things became very serious, very fast.'

'We are still looking for the right structure for our organisation', adds Kingma. 'But working as a duo forces you to become a real company more quickly. Unlike a freelancer you have to make arrangements. We always discuss matters before starting the week.'

This increased self-awareness also results in a different approach to clients and commissions. 'You always have to be critical and ask: am I the right person for this job? And if that's not the case you sometimes have to say 'no'. For example, we were asked together with co-Driver Myrte van der Molen by ABN Amro's What if Lab to make bank employees experience exclusion. We searched for places where we felt excluded ourselves: a make-up workshop, a mosque or a football fans' bar. However, so many people don't have to search for these places, they experience exclusion every day. Perhaps they should have undertaken this project instead of us.'



**TASTIEST
ROSE**

Rose Groot, We & Wijn
www.we-en-wijn.nl



**MOST
SUSTAINABLE**

Jessica den Hartog
www.jessicadenhartog.nl



**THE BEST
COLLABORATOR**

Jeffrey Heiligers, Studio Jeffrey Heiligers
www.jeffreyheiligers.nl



**PRETTIEST
NERD**

Julia Janssen
www.julia-janssen.nl



**THE MOST
CHATTY**

Renée van den Kerkhof, Studio neetje
www.neetje.nl



**MOST LIKELY TO
ASK ANOTHER QUESTION**

Dorian Kingma, SMELT
www.smelt.studio

of een voetbalsupporterscafé. Maar heel veel mensen hoeven daar niet naar op zoek, die ervaren het iedere dag. Misschien hadden zij dit project moeten doen in plaats van wij.”

Inmiddels draait Smelt fulltime en zijn de partners helemaal gestopt met hun andere werkzaamheden. “Dat deden we in de zomer, middenin de coronacrisis”, vertelt Krepel. “Heel eng en mensen om ons heen verklaarden ons voor gek. Maar het gevoel klopte. Corona heeft ons niet tegengehouden.”

“We moeten alleen oppassen nu niet gevangen te raken in bestaande structuren, het maandag-tot-en-met-vrijdag-9-tot-5-bestaan. Toen we parttime bezig waren met Smelt deden we dingen voor de lol, niet omdat het zo hoort. We willen het speelse en onvoorspelbare terugbrengen, een nieuwe balans vinden. Maar weinig van onze vrienden hebben een eigen bedrijf dus is het wel fijn om gelijkgestemden te vragen hoe zij het doen: hoeveel weken vakantie je jezelf gunt, hoeveel je jezelf uitbetaalt of hoeveel uur je per week werkt.”

Smelt heeft voor de komende maanden nog een goed gevulde agenda omdat hun opdrachtgevers vooral uit de publieke en non-profit sector komen waar nog steeds geld is. “De grote klap komt pas in 2021”, verwacht Kingma. “Maar ook dan is er werk voor ontwerpers. De wereld opnieuw uitvinden, daar zijn ontwerpers bij uitstek goed in. En de ontwerp vragen zijn al decennia aan het verschuiven. Het traditionele productontwerp is steeds meer vervangen door sociale vraagstukken en zelfs wicked problems als duurzaamheid, armoede en ongelijkheid.”

De Kok en Sleumer hebben, in tegenstelling tot Smelt, wel veel last van de coronacrisis. “Onze opdrachten namen met 98% af”, vertelt De Kok. “We kwamen in een negatieve spiraal terecht.

Nowadays Smelt operates fulltime and both partners have quit their other jobs. ‘We did it last summer, in the midst of the corona crisis’, says Krepel. ‘It was quite scary and our friends said we were idiots. But it felt right. The coronavirus hasn’t stopped us.’

‘We now have to avoid getting caught up in traditional structures, the Monday to Friday and 9 to 5 routine. When we worked part-time for Smelt we did things for fun, not because it was supposed to be a certain way. We want to recapture that sense of



Design Class

166



MOST LIKELY TO DISAGREE

Tijn de Kok, ST-DUO
www.st-duo.com



MOST ENTHUSIASTIC

Myrthe Krepel, SMELT
www.smelt.studio



MOST ANALOGUE

Tim Meijer
www.timmeijerfotografie.nl



GREATEST COLLECTOR

Anouk van Mil, MILC
www.milc.nl



BEST CONVERSATION STARTER

Myrte van der Molen
www.myrtevandermolen.nl



GREATEST HOST

Renee Scheepers, Scheepers&Renee
www.scheepersenrenee.nl

Driving Dutch Design

167

Het nieuws dat de Dutch Design Week volledig online zou gaan, was de laatste druppel. Daar hadden we ons aan vast geklampt. Toen zijn we even met alles gestopt. Maar inmiddels hebben we de ideeën voor onze stand omgevormd en hebben we ons helemaal op het maakproces geworpen. We passen ons manifest op onszelf toe. Het is heel bevrijdend om te maken zonder van tevoren uitgedachte strategie.”

Het wegvloeien van motivatie klinkt Sleumer bekend in de oren. “Het is lastig jezelf op te peppen om iets te maken voor een expositie waarvan je vrijwel zeker weet dat hij niet doorgaat. Mijn atelier werd een pakhuis vol projecten die elders hadden moeten staan. Om van de stress van onzekere financiën af te zijn, ben ik twee dagen in de week gaan lesgeven. Ik geef mezelf vijf tot tien jaar om in de rest van de tijd projecten voor mezelf te doen en mezelf te ontwikkelen.”

Anouk van Mil van multimediaal ontwerp bureau Milc beschouwt de pandemie als een niet onplezierige time-out. Twee jaar geleden laste ze voor zichzelf ook zo'n periode van herbezinning in toen ze besloot haar eerdere bedrijf met personeel te ontbinden. “Dat had ik opgezet om mijn studie te bekostigen. Maar ik was op een gegeven moment alleen nog aan het rennen om de boel draaiend te houden. Ik miste een maatschappelijke bijdrage en dat voelde niet goed.”

Tijdens het Driving Dutch Design-traject viel voor Van Mil het kwartje. Ze besepte wat voor maker ze is en wil zijn. Sindsdien noemt ze zichzelf ontwerper, mediamaker en verzamelaar. “Het ontwerpproces begint voor mij met verzamelen, in archieven of collecties maar ook onder mensen. Het is een vorm van crowdsourcing. Verzamelen verbindt en maakt onderwerpen toegankelijk. Zo heb ik voor de politie van Rijnmond een multimediale expositie gemaakt over Coming Out Day met allemaal persoonlijke verhalen over seksuele en genderidentiteit. Je merkt dat door corona maar ook de polarisatie in de samenleving er een toegenomen behoefte is om gezien en erkend te worden.”

Van Mil merkte dat Driving Dutch Design – met corona als katalysator – zorgde voor een nieuwe connectie met het ontwerpvak en met zichzelf, een soort herbronnen. En niet alleen bij zichzelf. “In gesprekken kom je uit op vragen als: wat is succes en wat is groei? Is het meer, beter, groter en sneller? Of is het iets anders? Er is enorme behoefte aan een menselijk perspectief in plaats van een focus op economische groei. De mens moet centraal staan en dus ook wijzelf als ontwerpers.” •

Alle Drivers van 2020 en hun werk, verslagen, videoportretten en podcasts vind je op ddd20.nl. Meer informatie over het professionaliseringstraject Driving Dutch Design lees je op www.drivingdutchdesign.nl.

All Drivers of 2020, and their work, reports, video portraits and podcasts can be found at ddd20.nl. Read all about the professionalisation programme Driving Dutch Design at www.drivingdutchdesign.nl.

playfulness and unpredictability, find a new balance. Not many of our friends run their own business so it's really helpful to ask like-minded people how they do it: how many weeks off do you allow yourself, how much do you pay yourself and how many hours a week do you work?

Smelt has plenty of orders for the next couple of months because their clients come mostly from the still comfortably budgeted public and non-profit sector. ‘The big downturn will be in 2021’, Kingma expects. ‘But even then there will be work for designers. Reinventing the world, that’s what designers are best at. And design questions have been shifting for many years anyway. Traditional product design is increasingly being replaced by social or even so-called wicked problems such as sustainability, poverty and inequality.’

Unlike Smelt, De Kok and Sleumer do feel the brunt of the corona crisis. ‘Our workload dropped 98%’, says De Kok. ‘We hit a downward spiral and the news that Dutch Design Week would be moving online was the straw that broke the camel’s back. We just came to a halt for a while then. Since then we have transformed our ideas for a stand and immersed ourselves completely in the creative process. We’re applying our manifesto to ourselves. It’s very liberating to create things without a previously devised strategy.’

The draining away of motivation sounds familiar to Sleumer. ‘It’s hard to boost yourself to create something for an exhibition that is almost certainly not going to go ahead. My studio became a warehouse full of projects that should have been somewhere else. I have taken a two day a week teaching job to battle the stress of financial insecurity. I have given myself five to ten years to use the rest of the week for personal projects and self-development.’

Anouk van Mil of multimedia design agency Milc doesn’t experience the pandemic as an unpleasant time out. She granted herself a similar introspective period two years ago when she decided to disband the previous agency and let her staff go. ‘I set that company up to pay for my education, but at some point I was running myself ragged just to keep things going. I wasn’t contributing to society and that didn’t feel right.’

Van Mil saw the light during the Driving Dutch Design programme. She realised which kind of maker she is and wants to be. Ever since, she has called herself ‘designer, media maker and collector’. ‘For me designing starts with collecting from archives and collections, but also from people. It’s a form of crowdsourcing. Collecting connects and renders subjects accessible. For example, I made a multimedia presentation about Coming Out Day for the Rijnmond police force by collecting all sorts of personal stories about sexual and gender identity. The coronavirus and and polarisation in society have increased the need for people to be seen and acknowledged.’

Van Mil found Driving Dutch Design, combined with the coronavirus, a catalytic force, making her reconnect with the design profession and with herself, kind of like recharging her batteries. And she wasn’t alone in feeling this way. ‘Conversations resulted in questions such as: what is success and what is growth? Is it more, better, bigger and faster? Or is it something else? There’s an enormous need for a humane perspective instead of a focus on economic growth. People should be number one and that includes us, designers.’ •



MOST LIKELY TO SMASH IT

Noud Sleumer
www.noudsleumer.com



MOST LIKELY TO BE A REBEL

Dion Soethoudt, Studio Soethoudt
www.studiosoethoudt.com



BIGGEST MINIMALIST

Jeroen Van Veluw,
www.jeroenvanveluw.com



MOST LIKELY TO BECOME A SPIRITUAL LEADER

Sebastiaan van de Venne, Draw Slow
www.drawslow.nl



BEST SENSE OF HUMOR

Jurgen Wiegeraad, Thomas & Jurgen
www.thomasenjurgen.nl



BEST CONFETTI CANNON

Lisa Winters
www.lisawinters.nl

Dd Yearbook 2020

Editors:

Freek Kroesbergen (chief editor),
Edo Dijksterhuis, Jean-Louis Goossens,
Amy den Hartog, Rita van Hattum,
Mats Horbach, Madeleine van Lennep,
Anne Ligtenberg, Arwen Ronner,
Matthijs Ronner, Viveka van de Vliet

Texts:

Edo Dijksterhuis, Pao Lien Djie,
Rita van Hattum, Mats Horbach,
Jeroen Junte, Freek Kroesbergen,
Madeleine van Lennep, Anne Ligtenberg,
Priscilla de Putter, Timo de Rijk,
Marc Vlemmings, Viveka van de Vliet

Translations:

Nanne op 't Ende, Liz Keel, Dave Nice

Design:

studio de Ronners

Typography:

Koopman, DOGMA

Illustrations:

Gang Buron-Yi (cover), Martin Groch

Printing:

Tuijtel



Paper:

Igepa

Arte Libris, coloured linen
binding material 120g/m²
Circle Print, 100% recycled
coated matt paper 115g/m²
Forever Noir, 100% recycled
black coloured paper 120g/m²
Holmen Trnd 2.0, wood-containing
bulking paper 70g/m²

Printed and bound
in the Netherlands

Publisher:

nai010 publishers

nai
010

Copyright:

© 2020 BNO, Amsterdam

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system, or transmitted in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording or otherwise, without the prior written permission of BNO.
www.bno.nl

© 2020, c/o Pictoright, Amsterdam

For works of visual artists affiliated with a CISAC-organization the copyrights have been settled with Pictoright in Amsterdam. Although every effort was made to find the copyright holders for the illustrations used, it has not been possible to trace them all. Interested parties are requested to contact BNO.
www.pictoright.nl

Distribution:

nai010 publishers, Rotterdam

For distribution, sales and handling BNO cooperated with nai010 publishers. nai010 publishers is an internationally orientated publisher specialized in developing, producing and distributing books in the fields of architecture, urbanism, art and design.
www.nai010.com

nai010 books are available internationally at selected bookstores and from the following distribution partners:

North, Central and South America – Artbook | D.A.P., New York, USA, dap@dapinc.com
Rest of the world – Idea Books, Amsterdam, the Netherlands, idea@ideabooks.nl

For general questions, please contact nai010 publishers directly at sales@nai010.com or visit our website www.nai010.com for further information.

ISBN 978-94-6208-625-8

NUR 656 (Styling & Design)

BISAC DES000000 (Design General) / REF027000 (Yearbooks & Annuals)

Dutch designers Yearbook 2020 is also available as e-book:
ISBN 978-94-6208-628-9 (e-book)

Partners:

This publication was made possible by financial support from ASF Goede Doelen Fonds and Pictoright Fonds.

ASF Algemene
Sociale
Fondsen

**PICTO
RIGHT
FONDS**

We fight for your rights.

Yes, join

BNO

BNO is the
largest community
of designers and
design agencies in
the Netherlands.
↳ bno.nl/join

Featuring:

Asefeh Tayebani
Bas Timmer
Bernhard Lenger
Christien Meindertsma
CLEVER°FRANKE
Driving Dutch Design
Dutch Design Awards
Emy Bendsorp
European Design Awards
Gé Wasco
Harald Dunnink / Momkai
Kiki van Eijk / Kiki & Joost
Ninamounah
Shahar Livne
Simon Dogger
Tabo Goudswaard
Taco Carlier / VanMoof
Thomas Castro
VANTOT
And many more

Dd

Dutch designers Yearbook

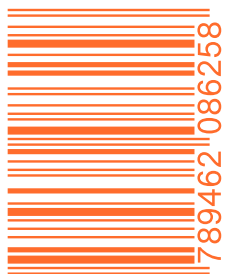
Dd, Dutch designers Yearbook describes the 2020 design year and looks to the future. Dd offers a candid take on what designers are thinking and making now: through essays and interviews, graduation projects, award-winning work and portraits of designers.

Made by the Association of Dutch Designers, published by nai010 publishers.

bno.nl / nai010.com

BNO

ISBN 978-94-6208-625-8



9 789462 086258 >