

De overheid en de kracht van design

Door **Miranda Fieret**

De één is een rots in de branding. Geeft structuur, orde en is een tikkeltje droog. De ander is zwierig, innovatief en kan daar wel eens in doordraven. De overheid en de creatieve sector, ze verschillen als dag en nacht, maar zijn toch op elkaar aangewezen. Deze eigenaardige relatie is dan ook de basis voor de manifestatie 'Den Haag Design en Overheid'. Deze zomer is in de Hofstad de eerste editie waarin ontwerpen voor de openbare ruimte, architectuur en visuele communicatie speciale aandacht krijgen.

De Nederlandse Spoorwegen, de politie (Studio Dumbbar) en zelfs in onze portemonnee (de Nederlandse euro van Bruno Ninaber van Eyben), we worden omringd door het werk van ontwerpers. Toch lijkt de relatie sinds de privatisering van ondermeer de NS en PTT ietwat bekoeld. "Het valt op dat design minder aandacht krijgt. Het gevoel voor vooruitstrevendheid is minder", vindt Ed Annink, initiator en intendant van de manifestatie. "Jean François van Royen (Nederlandse drukker, typograaf en algemeen secretaris van het hoofdbestuur van de PTT, red.) vond het altijd belangrijk dat de overheid design goed be-

diende. Maar het lijkt er nu op dat na de privatisering deze bewering niet wordt overgenomen".

Essentieel

Annink benadrukt hoe essentieel vormgeving is voor de overheid. "Het laat de identiteit zien, zorgt voor herkenning. Creativiteit heeft een hoge sociale en lokale waarde". Zijn idee om de relatie tussen overheid en design weer een nieuwe impuls te geven, werd door beide partijen omarmd. Den Haag Design en Overheid moet een meerjarige manifestatie worden met vijf edities. Bovendien wil Annink het niet alleen in Nederland houden. Het geluid dat de intendant wil laten horen, moet door heel Europa gaan galmen. Er wordt daarom ook een stedenverband aangegaan. In deze eerste editie is gekozen voor regeringsstad Berlijn. Daarna volgen Stockholm (2012), Parijs (2014), Londen (2016) en Rome (2018). "De identiteit van Europa zit ingewikkeld in elkaar. We willen gaan kijken of er meer binding en uitwisseling mogelijk is". Deze zomer zijn er tal van exposities, symposia en debatten om te sparren over thema's die zowel voor de overheid als voor de creatieve sector in de toekomst van belang kunnen zijn. Zo

komt bijvoorbeeld de politie aan de orde. "In elk land staat de politie voor veiligheid en orde. Toch zien ze er in elk land anders uit. Aan de Italiaanse carabinieri zullen toeristen minder snel de weg vragen als bijvoorbeeld de politie in Dene-marken. Misschien is het goed om in Europa meer uniformiteit aan te brengen". Op zaterdag 5 juni komen vanuit heel Europa politiauto's naar Den Haag. Of de politie na deze manifestatie een Europees pak krijgt, is natuurlijk te kort door de bocht. "Dat is ook niet onze bedoeling. We kunnen die discussie ook alleen maar voeren vanuit een bepaalde vorm van naïviteit. We willen vooral de samenwerking bevorderen. Er is in Europa een enorm vermogen aan creativiteit. Het wordt tijd dat daar op gewezen wordt".

Naast de uniformen staan ook de Nederlandse ambassades in Europa ter discussie en zijn er exposities. Zo start 8 mei in het Gemeentemuseum de tentoonstelling 'Norm = Vorm', over standaardisatie en design. Annink: "Toen de industrialisering doorzette, werd de wens voor efficiëntie groter. Nu lijkt er een tegengestelde beweging te komen. Het is nu belangrijker waar het vandaan komt en hoe je invulling geeft aan het product.



Ook de poster van de PSP uit 1971 is te zien tijdens de expositie 'De kiezer verleid?'.

Zo laat fabrikant Sikkens de kleuren van morgen zien. Was er vroeger 'rijtuig-groen', nu worden kleuren naar de gemeedstoestand vernoemd zoals blos, zucht of liefde".

De aftrap van de manifestatie is in het

Museum van Communicatie in de Zeestraat. Daar is de tentoonstelling 'De kiezer verleid?' te zien. Met affiches van 1918 tot nu wordt een beeld geschetst van de manier waarop politieke partijen in de loop der jaren hun boodschap verkondigden. De affiches van politiek Nederland staan naast die van Duitsland. Langzaam verandert de tendens van grafische kunstwerken naar posters met het portret van de lijsttrekker, alsof het een popster is. Beruchte uitspraken uit zowel Duitsland als Nederland staan naast de posters op de muur. Zelfs de Tegenpartij van Kooten en De Bie met 'Geen gezeik, iedereen rijk' heeft een plekje gekregen. Ook is de beroemde poster van de PSP uit 1971 te zien, waarop een naakte dame door de wei dartelt. Nu is alleen een poster niet meer genoeg. Een hele campagne van de SP met posters, de inzet van social media en teasers is daar een goed voorbeeld van. De nieuwe reeks posters voor de komende verkiezingen worden binnenkort toegevoegd aan de tentoonstelling. Annink: "Ik ben benieuwd wat we binnenkort in ons straatbeeld te zien krijgen".

Voor meer informatie en het volledige programma: www.designdenhaag.eu