

**HENRY VAN  
DE VELDE  
AWARDS 16**

De Henry Van de Velde Awards krijgen vanaf de editie van 2016 een nieuwe wending. Design maakt dingen makkelijker, sneller, goedkoper, meer toegankelijk, mooier, ambitieuzer, bevattelijker... En de Henry van de Velde Awards willen die maatschappelijke rol van design vanaf nu nog meer in de verf zetten. Vandaar dat we naast de drie traditionele awards ook nog "DESIGN SOLUTION AWARDS" in het leven hebben geroepen.

In 2016 veranderde ook onze organisatie. Design Vlaanderen, Flanders Fashion Institute en Flanders DC werden één organisatie om zich samen te kunnen focussen op het ondersteunen van ondernemers en ondernemingen in de creatieve sectoren. In 2016 werkten we nog elk onder de eigen naam. Vanaf 2017 worden we echt één en gaan we onder dezelfde vlag varen, nl. Flanders DC. Daarbij zetten we in op:

- Advies en begeleiding waarbij we vooral ook mensen vanuit het veld inschakelen,
- Acties voor nationale en internationale promotie,
- Netwerkmomenten en vooral ook kruisbestuiving met andere sectoren, en
- Inspiratie via workshops, events en ons online magazine.

#### WAT BETEKENT DIT NU VOOR DE DESIGNSECTOR?

Nog meer dan vroeger kunnen alle designers, van ambachtelijke designers over industriële en service designers tot grafische vormgevers, bij ons terecht voor advies over en begeleiding bij hun zaak. Designers zullen hun portfolio ook kunnen blijven voorleggen aan experts. Meer designers gaan een Henry van de Velde Award kunnen winnen en we gaan die internationaal nog relevanter maken. We blijven naar Milaan en Maison & Objet gaan met lokaal talent. *Kwintessens* als fysiek blad verdwijnt en wordt vervangen door een online magazine om zo een groter bereik te halen. En we proberen nog meer te inspireren met workshops en tools rond nieuwe inzichten in design en starten of groeien als creatieve onderneming.

We blijven dus vol inzetten op design!  
Zoals het hoort.

Pascal Cools  
*Directeur Flanders DC*

There will be a new twist to the Henry Van de Velde Awards starting with the 2016 edition. Design makes things simpler, quicker, cheaper, more accessible, more attractive, more ambitious and more comprehensible. And the Henry van de Velde Awards now wish to shine an extra spotlight on this role of design in society. It's as a result of this desire that we've created the "DESIGN SOLUTION AWARDS" in addition to the three traditional awards.

In 2016 our organisation also experienced change. Design Flanders, Flanders Fashion Institute and Flanders DC became a single organisation in order to be able to focus jointly on supporting entrepreneurs and companies in the creative sectors. In 2016, however, we were all still working under our own separate names. Starting in 2017 we will truly become one unified whole, flying the same banner: Flanders DC. Additionally, we'll also be working on:

- Recommendations and coaching, for which we'll above all involve people from the field,
- Activities geared toward national and international promotion,
- Networking opportunities, especially for cross-pollination across other sectors as well, and
- Being a source of inspiration through workshops, events and our online magazine.

#### WHAT IMPLICATIONS DOES THAT HAVE TODAY FOR THE DESIGN SECTOR?

More now than ever, every kind of designer can come to us for advice and coaching for his or her business: product designers, service designers and graphic designers. Designers will also remain able to submit their portfolio to experts. More designers will have the opportunity of winning a Henry van de Velde Award, and we are going to make these awards even more meaningful at an international level. We will continue to attend Milan and Maison & Objet with local talent. In order to expand readership, the print version of *Kwintessens* will be discontinued, replaced by an online magazine. And we will attempt to be an even greater source of inspiration through workshops and tools about new design perspectives and starting up or growing as a creative enterprise.

So we will continue to focus 100% on design.  
And that's the way it should be!

Pascal Cools  
*Director Flanders DC*



Stilaan maar zeker naderen we 25 jaar Henry van de Velde Awards. En dat zullen we niet onopgemerkt laten voorbijgaan! Inderdaad, nieuwe en ambitieuze plannen om deze Awards een nog grotere internationale uitstraling en impact te geven liggen op tafel. Nieuwe partners worden erbij betrokken en werken hieraan mee.

Maar dat weerhield ons niet nu al enkele drastische inhoudelijke veranderingen door te voeren die ervoor zorgen dat de Henry van de Velde Awards als antenne blijft functioneren en zijn voelsprietten heel breed kan uitzetten. De Henry van de Velde Awards ambieert immers een staalkaart te zijn van het brede spectrum dat design en “designdenken” vandaag dekt.

De “SPECIAL AWARDS” voor Loopbaan, Bedrijf en Jong Talent en de Publieksprijs blijven uiteraard bestaan. De leden van de jury werd dit jaar gevraagd laureaten aan te duiden die binnen de designsector en daarbuiten als inspirerend rolmodel kunnen dienen voor succesvol en toekomstgericht maatschappelijk, innovatief en creatief ondernemerschap. Bijzondere ontwerpers en bedrijven werden naar voren geschoven, maar de gevestigde waarden Kristel Van Ael en Joannes Vandermeulen (partners in het bureau Namahn), het bedrijf Rotor Deconstruction en jong talent Pieter-Jan Pieters kwamen duidelijk bovendrijven. Wellicht klinkt hun naam het brede publiek, en ongetwijfeld ook velen in de designsector zelf, minder bekend in de oren, toch hebben ze elk een unieke aanpak die tot ver buiten de grenzen opgepikt en gewaardeerd wordt en bijzonder inspirerend werkt.

Designprijzen dienen niet alleen om personen of bedrijven in de bloemetjes te zetten, maar vooral ook om fundamentele ontwikkelingen en verschuivingen te detecteren en te signaleren.

Met de nieuwe “DESIGN SOLUTION AWARDS” (die de vroegere Labels vervangen) zetten we producten en diensten in de kijker die een innovatief en toekomstgericht antwoord bieden op economische of (sociaal-) maatschappelijke vraagstukken. Deze kunnen bovendien als inspirerend voorbeeld dienen voor andere ontwerpers, bedrijven, organisaties, experts in de betrokken en andere sectoren en de gebruiker.

Beschouw dit als een logische stap voorwaarts om bedrijven en organisaties, maar ook het brede publiek, bewust te maken van de effectieve meerwaarde van een designer om gedetecteerde problemen en probleemsituaties van alle aard vanuit hun methodiek aan te pakken en oplossingen aan te reiken. En op die manier succesvol bij te dragen aan een betere economie, te bouwen aan een beter leven, een betere maatschappij. Zeker in deze tijd die gekenmerkt wordt door een sterk veranderende maatschappij en ingrijpende technologische ontwikkelingen. Design kan een antwoord bieden op prangend actuele vraagstukken rond de groei en de welvaart van de bevolking, de klimaatverandering, mobiliteit, migratie, stedelijke ontwikkeling, ...

De designer vandaag is zich hiervan bewust en stelt zich al lang niet meer tevreden met het louter ontwikkelen van een goed of mooi ogend product, maar wil als nieuwe wereldverbeteraar door het leven gaan en zijn competenties hiervoor inzetten. Ontwerpers kunnen eenieder's leven verbeteren en het leven van kansarmen, zieken en zorgbehoevende hoopvoller maken. En dit gaat veel verder dan enkel materieel, want dat zijn vaak slechts oplossingen op kortere termijn. Duurzaam is in, is vereist. Terecht. Neem het actuele vluchtelingenprobleem: hier kunnen creatieve ideeën zeker oplossingen bieden voor praktische problemen zoals het organiseren van goed onderdak maar vooral ook door holistisch en onafhankelijk mee te denken en duurzame systemen te

We are rapidly approaching the celebration of 25 years of the Henry van de Velde Awards. And we're not going to let that occasion go by unnoticed! Indeed, new and ambitious plans to give these Awards an even greater international allure and impact are on the table. New partners are being involved and are contributing to the project.

However, that has not stopped us from already implementing a few drastic substantive changes that will ensure that the Henry van de Velde Awards continue to function as a homing beacon and can spread their feelers far and wide. After all, the Henry van de Velde Awards aspire to be a sample of the broad spectrum that design and “design thinking” covers today.

The “SPECIAL AWARDS” for Career, Company and Young Talent will of course continue to exist, as will the Public Award. This year, the members of the jury were asked to choose winners who can serve as an inspiring role model both inside and outside the design sector for successful and future-oriented social, innovative and creative entrepreneurship. Certain designers and companies were brought to the fore, but the established names of Kristel Van Ael and Joannes Vandermeulen (partners at the Namahn office), the company Rotor Deconstruction and young talent Pieter-Jan Pieters rose clearly to the surface. Possibly because their names are not as well known by the wider public, or without a doubt by many in the design sector itself, yet they each have a unique approach that has been picked up and is valued far beyond our borders and which has a particularly inspiring effect.

Design awards serve not only to put the spotlight on people and companies, they also and above all serve to detect and signal fundamental developments and shifts.

With the new “DESIGN SOLUTION AWARDS” (which replace the former Labels) we are highlighting products and services that offer an innovative and future-oriented answer to economic or social /civil society questions. They can also serve as an inspiring example for other designers, companies, organisations, experts in the fields in question (and others) and the user.

Consider this as a logical step forward to raise awareness among companies and organisations, not to mention the wider public, about the actual added value a designer brings when tackling identified problems and problematic situations using his or her way of working and offering solutions to those problems. By so doing he or she makes a successful contribution to a better economy, working toward a better life and a better society. It's all the more true in these times that are marked by a radically changing society and significant technological developments. Design can offer an answer to today's burning issues: the growth and welfare of the population, climate change, mobility, migration, urban development, and so on.

Today's designer is aware of these issues and has for some considerable time no longer been content to merely develop a good or beautiful looking product, but wants to go through life as a new force for good and use his or her skills for that purpose. Designers can improve the lives of all and bring hope to the underprivileged, the ill and those in need of care. This requires going much further than just the material, because those solutions are often only short-term ones. Sustainable is in. Actually, it's more than in, it's a requirement. And so it should be! Take the current refugee problem: in this area, creative ideas can indisputably offer solutions to practical problems like organising decent accommodation, but also and above all by thinking along with

ontwikkelen in de hoop acceptatie en integratie in het gastland te bereiken.

En uiteraard is dit ook de grootste bezorgdheid van de Vlaamse overheid en wil zij dat dit ook zichtbaar is in de designprijzen die zij jaarlijks uitreikt. Dat deden we tot nu al wel door de milieu-inspanningen van onze Vlaamse ontwerpers en bedrijven te belonen met een OVAM ECODESIGN AWARD PRO, maar nu willen we dit heel breed opentrekken.

We formuleerden acht categorieën of pijnpunten (zie p. 37) waarbinnen projecten of diensten genomineerd kunnen worden. De OVAM Ecodesign Award PRO blijft uiteraard bestaan en wordt één van deze categorieën.

Voor de editie 2016 waren er maar liefst 206 inzendingen waarvan dezelfde jury als voor de *Special Awards* er uiteindelijk in totaal 25 nomineerde, sommige zelfs in verschillende categorieën. Deze zullen vanaf nu het Henry van de Velde logo mogen dragen. Verder in deze publicatie leest u meer over deze DESIGN SOLUTION AWARDS en over de 25 projecten.

Uiteraard wilden we er deze editie opnieuw het brede publiek bij betrekken en vroegen we hen voorafgaand aan de uitreiking om online hun favoriete product of dienst aan te duiden.

Met deze Award willen we het brede publiek sensibiliseren voor design en zijn breed maatschappelijke en economische meerwaarde. De *StandUp Nomad* voor Jaswig wordt met de meeste stemmen de grote favoriet van het publiek.

De laureaten worden gevierd op 19 januari 2017 in het Paleis voor Schone Kunsten te Brussel. De prijsuitreiking in de prestigieuze Henry Le Boeufzaal, de tentoonstelling in BOZAR en de publicatie zorgen ervoor dat de Henry van de Velde Awards een belangrijk platform geworden is voor het Design in Vlaanderen en voor het design in het bijzonder in zijn hele brede betekenis.

Oprechte felicitaties vanwege het hele Flanders DC-team aan alle laureaten en genomineerden!

Inge Vranken  
*Design Vlaanderen*

De jury voor de Henry van de Velde Awards 16 was samengesteld uit Eveline Borgermans (coördinator *ikinnoveer*), Laure Capitani (coördinator Wallonie-Bruxelles Design Mode), Leen Creve (freelance journaliste), Stijn Debaillie (coördinator Designregio Kortrijk), Kitty de Jong (Business Consultant Beroepsvereniging voor Nederlandse Ontwerpers - BNO), Bernadette De Loose (stafmedewerker Design museum Gent), Klara De Smedt (manager Designcenter De Winkelhaak, Antwerpen), Evelyn Lafond (beleidsadviseur Ecodesign OVAM), Sofie Lauwers (hoofd Tentoonstellingen BOZAR), Giovanna Massoni (artistiek directeur *Reciprocity*, communicatiespecialiste en curator), Kurt Vanbelleghem (curator / publisher contemporary art & design), Ellen Vandenbulcke (projectcoördinator Handmade in Brugge), Heleen Van Loon (coördinator Cultuurplatform Design), Saskia Westerduin (creatief directeur Ministry of Makers - MoM)

the refugees in a holistic and independent manner and developing sustainable systems in the hope of achieving acceptance and integration in the host country.

And of course this is also the greatest concern of the Flemish Government, which also wants to make it visible in the design awards that it bestows every year. Indeed until today we have done so by rewarding the environmental efforts of our Flemish designers and companies with an OVAM ECODESIGN AWARD PRO. However, we now wish to broadly expand this approach.

We have come up with eight categories or eight problems (see page 37) within which projects or services can be nominated. Of course the OVAM Ecodesign Award PRO will stick around, and will comprise one of these categories.

For the 2016 edition, there were no fewer than 206 entries, from among which the same jury as for the "Special Awards" finally nominated a total of 25 some even in different categories. These will from now on have the right to bear the Henry van de Velde Award logo. Further in this publication you can read more about these DESIGN SOLUTION AWARDS and the 25 projects.

It goes without saying that we wanted to involve the wider public once again in this edition and this time we asked them before the award ceremony to indicate their favourite product or service online.

With this Award we are looking to raise awareness about design and its broad social and economic added value among the wider public. The *StandUp Nomad* for Jaswig is voted and declared as the public's favourite.

The winners will be celebrated on 19 January 2017 at the Centre for Fine Arts in Brussels. The award ceremony in the prestigious Henry Le Boeuf Hall, the exhibition at the BOZAR and the publication ensure that Henry van de Velde Awards have become an important platform for Design in Flanders and for design in particular in its much wider sense.

Sincere congratulations from the entire Flanders DC team to all the winners and nominees of the Henry van de Velde Awards 2016!

Inge Vranken  
*Design Flanders*

The jury for the Henry van de Velde Awards 16 was made up of Eveline Borgermans (coordinator *ikinnoveer*), Laure Capitani (coordinator Wallonie-Bruxelles Design Mode), Leen Creve (freelance journalist), Stijn Debaillie (coordinator Designregio Kortrijk), Kitty de Jong (business consultant for The Association of Dutch Designers - BNO), Bernadette De Loose (staff member Design museum Ghent), Klara De Smedt (manager Designcenter De Winkelhaak, Antwerpen), Evelyn Lafond (policy advisor Ecodesign OVAM), Sofie Lauwers (Head of Exhibitions BOZAR), Giovanna Massoni (artistic director *Reciprocity*, communicationexpert and curator), Kurt Vanbelleghem (curator / publisher contemporary art & design), Ellen Vandenbulcke (projectcoördinator Handmade in Brugge), Heleen Van Loon (coördinator Cultuurplatform Design), Saskia Westerduin (creative director Ministry of Makers - MoM)



HENRY VAN  
DE VELDE  
AWARD 16

KRISTEL VAN AEL  
& JOANNES  
VANDERMEULEN

## LIFETIME ACHIEVEMENT



### JURY

Als experts in *human centred design* vertoeven Kristel Van Ael en Joannes Vandermeulen (partners van Namahn) wereldwijd in de kopgroep wanneer het gaat over *digital*, *user experience* en *service design*. Als team zijn ze bijzonder complementair, zeer actief en matuur in hun ontwerppraktijk. Zij worden frequent internationaal bevroegd. De jury gelooft dat het volledige groeipotentieel voor dit bureau nog absoluut niet is bereikt, en ziet dag na dag verdere internationale expansie. Van Ael en Vandermeulen worden daarbij door de jury volmondig omschreven als trendsetters en inspirerend. Zij zijn niet alleen topleverancier van designdiensten, maar zetten zich ook actief in voor het ontwikkelen en promoten van nieuwe vormen van design. Hun bureau is daarbij een centrum geworden dat actief bijdraagt aan de definitie van design wereldwijd. Speciale lof gaat daarbij uit naar de grote inspanningen die worden geleverd op het vlak van didactische toolontwikkeling, openlijke kennisdeling en het grote sociale engagement van de trekkers.

Kristel Van Ael en Joannes Vandermeulen worden daarmee gezien als een voorbeeld voor alle designbureaus waarbij een wereldwijd erkende inhoudelijke expertise, succesvol internationaal ondernemerschap en een bijzonder toegewijde manier van werken volledig verweven zijn in alle activiteiten.

### JURY

Kristel Van Ael and Joannes Vandermeulen are the founding partners of the Namahn design agency, specialised in human-centered design and one of the world's leading agencies when it comes to digital, user experience and service design.

Kristel Van Ael and Joannes Vandermeulen complement each other very well as a team; they are prolific and quite mature in their design practice. They receive frequent attention from the international design community. The jury is of the opinion that the agency has yet to reach its growth potential and envisages continued international expansion, a day at a time.

It is without hesitation, then, that the jury describes Van Ael and Vandermeulen as trendsetters. It's not just that the agency is a leading design services supplier, but it's also because it's actively involved in the development and promotion of new design forms. That has made their agency a centre that actively contributes to the worldwide definition of design.

The jury especially commends their hard work in the field of educational tool development, open knowledge sharing and the tremendous commitment to social objectives as trendsetters.

In other words, the jury identifies Kristel Van Ael and Joannes Vandermeulen as a prime example for any design agency that are enthusiastically looking to include globally recognised substantial expertise, successful international entrepreneurship and an extremely dedicated work method as the hallmarks of its professional activity.



JOANNES VANDERMEULEN &  
KRISTEL VAN AEL  
VAN LICHT NAAR COMPLEX  
*Liz Morrison*

Het jaar 2000. Het trefpunt: John Thackara's internationale designconferentie *Doors of Perception* in Amsterdam rond het thema *lichtheid*. Op deze conferentie over de dematerialisering van design herkennen Joannes Vandermeulen en Kristel Van Ael elkaar, niet van een vorige professionele ontmoeting, maar van de Brusselse schoolpoort van hun kinderen: "Wat doe jij hier?"

Om het met een citaat van John Thackara te zeggen: "Om dingen anders te doen, moeten we dingen anders zien". Joannes en Kristel zagen elkaar niet alleen in een ander licht die dag, hun meeting leidde ook tot een nieuwe aanpak van dingen.

Maar niet meteen. In feite kregen ze het advies om nooit samen te werken. Sommigen waarschuwden voor Kristels 'koppigheid', anderen voor Joannes' 'gekke kantje'. Kristels wortels lagen diep in de designwereld, die van Joannes in de digitale en computerwereld. Kristels taal was sterk visueel, Joannes' taal van geschreven aard. Namahn was geen 'designbureau', maar een leverancier van mensgericht design voor software-interfaces. En toch... in 2007 stonden de planeten gunstig en bundelden ze hun krachten als partners in Namahn.

In 2017 viert Namahn zijn 30e verjaardag. En we mogen wel zeggen (zoals deze prijs aantoonst) dat het bedrijf, onder leiding van zijn partners Joannes en Kristel, de voorbije acht jaar zijn volle potentieel waarmaakte. Daarmee bedoelen we niet dat ze individueel niet succesvol waren. Maar tot ze samenwerkten, leek het alsof ze naast het toneel oefenden voor de hoofdact.

#### INTERACTIEDESIGN: HET PRILLE BEGIN

Joannes richtte Namahn op in 1987 als een eenpersoonsadviesbureau in Brussel, om bedrijven te helpen hun technologie en software naar eindgebruikers toe te definiëren, bij te schaven en te verbeteren. Dat deed hij na studies archeologie en oosterse talen aan de KULeuven en een intermezzo in de VS als directieassistent, waar hij gefascineerd raakte door computers en zijn schrijftalent ontdekte. Hij detecteerde de kloof tussen wat mensen verwachten van computertechnologie en wat ze krijgen. In die tijd stond *user-centred design* (UCD) nog in de kinderschoenen en was er nog geen sprake van de digitale revolutie.

Naarmate zijn adviesbureau groeide, wilde Joannes meer doen dan klanten mensgerichte oplossingen aanreiken. Hij wilde ook intern een mensgerichte structuur opzetten: een openboek-businessmodel dat transparant, eerlijk en flexibel was voor al zijn medewerkers, of 'Namahni' zoals ze nu heten. Ook naar klanten toe stelde Namahn zich open op, door op nieuwe manieren samen te werken en te cocreëren. Nog voor het gebruikelijk was, creëerden Joannes en zijn team persona's en voerden ze gebruikerstests rechtstreeks in de gebruiksccontext uit, om dan op basis van hun knowhow en in situ-observatie van gebruikers ontwerpbeslissingen te nemen.

JOANNES VANDERMEULEN &  
KRISTEL VAN AEL  
FROM LIGHTNESS TO COMPLEXITY  
*Liz Morrison*

The year is 2000. The occasion: John Thackara's *Doors of Perception* international design conference in Amsterdam on the theme of *Lightness*. At this meeting of ecological and social systems and design minds, Joannes Vandermeulen and Kristel Van Ael recognize each other, not from a previous professional encounter but from their kids' school gate in Brussels: "What are you doing here?"

To quote John Thackara: *To do things differently, we need to see things differently*. Not only did Joannes and Kristel see each other in a different light that day; their meeting led to new ways of doing things.

But not immediately. In fact, they were advised never to work together. Some warned of Kristel's 'stubbornness', others of Joannes' 'craziness'. Kristel was deeply rooted in the design world, Joannes in the digital and computing world. Kristel's language was most definitely visual, Joannes' most definitely written. Namahn was not a 'design' agency but a provider of human-centred design for software interfaces. And yet... in 2007, the planets aligned and they joined forces as partners in Namahn.

Namahn celebrates 30 years of existence in 2017. But it could be argued (and as this award would suggest) that in the last eight years, under the partnership of Joannes and Kristel, it has achieved its full promise. That's not to say that either of them weren't successful operating apart. Rather, it's as if until they collaborated, they had been rehearsing off stage for the main act.

#### EARLY DAYS OF INTERACTION DESIGN

Joannes founded Namahn in 1987 as a one-person consultancy in Brussels, helping companies to define, refine and improve their technology and software offerings towards end users. This came after studies in Archaeology and Oriental Linguistics at KULeuven and a stint in the US working as an executive assistant, where he developed a fascination for computers and discovered a talent for writing. Most importantly, he observed a gap between what people need from computer technology and what they got. This was at a time when user-centred design (UCD) was just emerging and the digital revolution as yet unimagined.

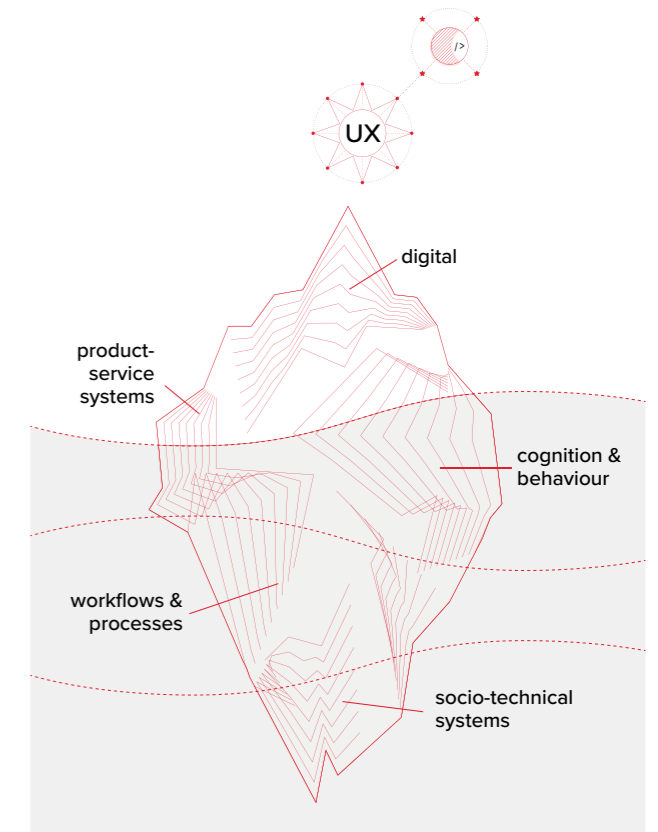
As the consultancy grew, Joannes was not content with only bringing innovation to clients; he also wanted to adopt an innovative structure within: an open-book, equitable business model offering transparency, honesty, flexibility to all his collaborators, or 'Namahni' as they are known today. They practised the same openness towards clients, pioneering collaborative ways of working and co-creation. Before it became common practice, Joannes and his team were creating personas and conducting usability testing directly with users in their context of use and then relying on their expertise and experience to arrive at design conclusions based on what they saw users doing in situ.



Namahn-partners Kristel Van Ael & Joannes Vandermeulen



De open space van Namahn The open space of Namahn  
Foto Photo Joannes Vandermeulen



Het Namahn aanbod — Grafisch ontwerp Graphic design Julien Hennequart





Co-creatie van een controlekamer Co-creation of a control room — Foto Photo Peter Vermaercke, Namahn



Co-creatie van een dienstverlening voor vluchtelingen Co-creation of services for refugees  
Foto Photo Vishall Jankie, Namahn

Toen Kristel erbij kwam in 2007 stond Namahn bekend voor zijn interactiedesign voor digitale producten (of in gewone taal, gebruikerservaring) en was een toonaangevende leverancier voor grote en kleine bedrijven in allerlei sectoren. Maar Joannes, die er niet van houdt om stil te blijven zitten (letterlijk en figuurlijk), was al nieuwe grenzen aan het verleggen en stapte in een tweejarig onderzoeksproject over modellen, theorieën en structuren in het domein van de *Human-Computer Interaction* (HCI) voor veiligheidskritieke systemen. Na 20 jaar veldwerk was dit het perfecte moment om relaties te benutten die hij door de jaren heen had opgebouwd met de academische HCI-gemeenschap en -practici en om de kloof tussen theorie en ontwerp praktijk te dichten.

#### DESIGN TEN DIENSTE VAN MENSEN

Kristel was altijd al meer geïnteresseerd in zinvol design ten dienste van gebruikers, en niet zozeer als 'buitenkant' van een product. Ze studeerde industriële vormgeving in de jaren '80, een periode waarin 'design' een groot marketingwoord was en van designers verwacht werd dat ze voor de differentiërende 'lifestyle-toets' en verkoopfactor zouden zorgen, iets wat haar van meet af aan tegenviel. Ontgoocheld begon ze te werken voor een marketingbedrijf, bouwde hun designstudio uit en deed ervaring op met de allereerste Mac SE 30. Ze werkte mee aan de transformatie van deze studio in een designstudio voor 2D- en 3D-verpakkingsontwerpen. Haar volgende stap zette ze in de ontluikende webdesignwereld. Ze ontwikkelde er een passie voor technologie terwijl ze websites maakte voor de Vlaamse creatieve gemeenschap, musici als Walter Hus en choreografen als Wim Vandekeybus en voor culturele evenementen en verenigingen.

In 1997, drie jaar voor ze Joannes in Amsterdam zou ontmoeten, had ze haar eureka moment, zoals ze het zelf noemt: op de conferentie The Human Village in Toronto hoorde ze sprekers Maurice Strong (voorzitter van de Earth Council Alliance), Paul Hawken (een toonaangevende stem in de milieubeweging) en Oren Lyons (bezieler van de Turtle Clan) designers oproepen om hun mentaliteit te veranderen, dingen anders te doen en samen te werken als katalysators (en grondleggers) van verandering voor mens en maatschappij.

#### GELIJKGESTEMDE GEESTEN

Met Kristels komst in 2007 kreeg Namahn zijn eerste echte 'visuele denker'. Ze bracht een nieuwe taal en een nieuwe zienswijze met zich mee. Ze sloeg een brug naar de designgemeenschap en positioneerde Namahn in die wereld, in een tijd waarin designers de digitale arena nog maar net betraden.

Namahn produceerde nog altijd lange, schriftelijke verslagen en technische specificaties met zo goed als geen visuele elementen, destijds een vereiste om klanten te overtuigen van hun designlogica en een richtlijn om mensgerichte designaanbevelingen te doen. De wereld evolueerde echter en Kristel hielp om dit proces te versnellen. Vandaag de dag is documentatie overbodig: alles draait om 'zien en doen'.

Echt gelijkgezind zijn Joannes en Kristel in hun liefde voor complexiteit: Joannes omdat zijn technische, functionele loopbaan zich toespitst op complexe systemen en interfaces, en Kristel omdat sociopolitieke verandering ontwerpen een passie is (ontvlamd in 1997) en ze Product-service Systems design doceert aan de Antwerpse universiteit. Ze hebben beiden een vergelijkbare benadering van de ontwerp praktijk, gebaseerd op academische modellen, theorieën en structuren, en steu-

When Kristel joined in 2007, Namahn had made a name for Interaction Design for digital products (or to use common parlance, user experience) and was a leading supplier to clients both large and small across many industries. Never content to sit still (literally and figuratively) Joannes was already pushing a new frontier, embarking on a two-year research project focusing on models, theories and frameworks applicable to the domain of Human-Computer Interaction (HCI) for safety-critical systems. After 20 years in the field, it was the perfect moment to leverage relationships developed over the years with the HCI academic community and practitioners and attempt to gap the bridge between theory and design practice.

#### DESIGN IN THE SERVICE OF OTHERS

Kristel has always been more interested in what good design could bring users as a service, rather than the 'outside' of the product. She studied Industrial Design in the 1980s, an era when 'design' was a big marketing word and designers were expected to deliver the differentiating 'lifestyle' selling factor, something that disappointed her from the start. Disenchanted, she began working for a marketing company, developing their design studio and cutting her teeth on the very first Mac SE 30. She went on to co-develop this studio into a 2D and 3D packaging design studio. Her next step was into the nascent world of web design, where she developed a passion for technology while making websites for the Flemish creative community, for musicians like Walter Hus and choreographers like Wim Vandekeybus, plus cultural events and associations.

In 1997, three years before meeting Joannes in Amsterdam, she had what she describes as her eureka moment: attending The Human Village conference in Toronto, she heard speakers such as Maurice Strong (Chairman of the Earth Council Alliance), Paul Hawken (one of the environmental movement's leading voices) and Oren Lyons (Faithkeeper of the Turtle Clan) call on designers to change their mindset, do things differently and collaborate as catalysts (and creators) of change for people and society.

#### MEETING OF MINDS

With Kristel's arrival in 2007, Namahn gained its first outright 'visual thinker'. She brought a new language and a new way of seeing. She provided a bridge to the design community and positioned Namahn towards that world at a time when designers were only just beginning to enter the digital arena.

Namahn was still producing lengthy written reports and technical specifications with few if any visuals, a requirement of clients who needed convincing of their design rationale and as a guide to implementing their human-centred design recommendations. However, the world was changing and Kristel helped to accelerate this. Today, there is no need for documentation: it's a case of 'see and do'.

Their true meeting of minds is a love of complexity: Joannes' stemming from a technical and functional career spent designing for complex systems and interfaces and Kristel's, from a passion for designing socio-political change (ignited in 1997) and teaching Product-Service Systems design at Antwerp University. They both have a similar approach to their design practice, grounded in models, theories and frameworks from academia, and both rely heavily on science, albeit in different ways: Joannes to understand the facts, Kristel to find inspiration.



nen allebei sterk op wetenschap, maar allebei anders: Joannes om feiten te begrijpen, Kristel om inspiratie te vinden.

Ze delen ook hun honger om verbanden tussen dingen te begrijpen. Ontwerpen betekent voor hen bv. ook het tolereren falen, het stimuleren van samenwerking tussen silo's en disciplines, het aanmoedigen van teamwerk en begrijpen hoe deze elementen van een organisatiecultuur elkaar versterken of belemmeren.

En last but not least worden ze beiden gedreven door het verlangen om designdenken op de spits te drijven, dingen anders te doen en samen te werken met hun klanten. Als gelijke partners in Namahn (hij focust op bedrijfsontwikkeling, zij op kennismangement) leveren Joannes en Kristel het bewijs dat samenwerken leidt tot iets groters, iets wat je niet alleen kunt bereiken.

#### WIJSHEID VATTEN

In 2010 openden ze in het Namahn-gebouw een design-studio die helemaal in het teken van co-creatie stond. Het was de eerste soortgelijke studio in België. De ontwerper ging de rol van facilitator spelen en ging uit van zijn/haar empathie met de eindgebruikers en alle betrokken partijen. De studio staat nu symbool voor hun werkwijze: ze delen kennis en werken samen met klanten en collega-designers via diverse workshops onder leiding van Namahn.

Ondertussen is co-creatie een modewoord geworden. Namahn evolueert al naar het volgende niveau, naar conversatie, en van mensgericht naar mensgericht design. Joannes en Kristel diepen deze visie verder uit en buigen zich over de vraag welke taal en woordenschat ze moeten gebruiken. Als je iets wilt veranderen, moet je de taal veranderen.

Zo'n verregaande vorm van samenwerking werkt niet zonder empathie. Kristel, Joannes en hun team slagen erin om mensen van afzonderlijke departementen samen te brengen, ze op een nieuwe manier te laten samenwerken, ze te betrekken bij creatieve gesprekken dankzij technieken die ze bedenken en beheersen, of in Kristel's woorden: "We willen de wijsheid, visie, context en noden van alle mensen in de kamer vatten" en zo de ingrediënten voor een ontwerp oogsten.

#### BEIDE KANTEN VAN EEN PARADOX

Namahn evolueerde almaar meer naar oplossingen voor complexe en kritieke systemen. Kristel en Joannes zagen in dat hun bestaande methodes ongeschikt waren om deze nieuwe complexiteit aan te pakken. Dus gingen ze aan de slag om nieuwe methodes te ontwerpen.

De voorbije acht jaar groeide de portfolio met visuele tools en methodes: er kwam een Service Design Toolkit, Human Drives-kaartspel en er werd samengewerkt voor een ontwerphandleiding voor openbare diensten. Kristel vindt inspiratie in domeinen als kwantumfysica en cybernetica, hoewel ze vindt dat inspiratie net zo goed uit een kookboek of een stripboek kan komen. Momenteel ontwikkelen ze een systemische ontwerpmethodologie die complexiteit en voorspelbaarheid aankan. In een wereld waarin maar een handvol ontwerpers actief geïnteresseerd zijn in systeemdenken spelen ze zo opnieuw een pioniersrol.

In 2016 kreeg de portfolio er bijvoorbeeld Paradox-kaarten bij. Het idee vloeide voort uit een artikel over paradoxaal denken uit de Harvard Business Review, dat Joannes deelde met Kristel. Daarin stelde men dat vooruitstrevende en ervaren designers altijd in termen van paradoxen denken en intuïtief de extremen van paradoxen proberen op te lossen, zonder compromis.

They also share an appetite for understanding the interconnectedness of things. For them, design thinking is all about how you deal with failure, silos or decisions and how these things are intertwined.

Last but not least, they are both motivated by a desire to be at the cusp of design thinking, to do things differently and to collaborate. As equal partners in Namahn (he focusing on business development, she on knowledge management) Joannes and Kristel demonstrate that greater things come from working together than can be achieved by working alone.

#### CAPTURING WISDOM

In 2010, they opened a design studio purely dedicated to co-creation in the Namahn building. This was conceived with the users in mind and was the first of its kind in Belgium. It effectively transformed the role of the designer into a facilitator, grounded in his/her empathy towards end users and all the stakeholders involved. This studio has become emblematic of how they conduct their business: knowledge sharing and collaboration with clients and fellow designers through multiple Namahn-led workshops.

In the intervening years, co-creation has become a buzzword. Namahn is already evolving to the next level, towards conversation, and from human-centred to people-centred design. Joannes and Kristel are deepening this further, asking themselves about the language they should use, the terminology, words, and vocabulary. If you want to change something, you need to change the language.

This level of collaboration does not work without empathy. Kristel, Joannes and their team are able to bring people together across silos, get them working together in new ways, engage them in creative conversations using techniques they invent and master, or in Kristel's words, "to capture the wisdom of all the people in the room, their perspectives, contexts and needs" and then harvest the ingredients for a design.

#### BOTH SIDES OF A PARADOX

Namahn has moved more and more towards designing solutions for complex and critical systems. Both Kristel and Joannes realized that their existing methodologies were unable to handle these new complexities. So they set about designing new ones.

In the past eight years, a portfolio of visual tools and methodologies has emerged, including a Service Design Toolkit, Human Drive cards and collaboration on a guide to Public Service design. Amongst other domains, Kristel finds inspiration in quantum physics and cybernetics, although she claims inspiration can just as easily come from a cookbook or a graphic novel. The purpose is not to be scientifically right. Currently in development is a Systemic Design methodology, capable of handling complexity and predictability. In a world where only a handful of designers are actively interested in Systems Thinking, this is again pioneering.

In 2016, Paradox Cards were added to this portfolio. The idea was sparked by an article Joannes shared with Kristel on Paradoxical Thinking from the Harvard Business Review, which suggested that advanced designers always think in terms of paradoxes and intuitively try to solve the extremes of paradoxes without compromise. In contrast, non- or starting designers tend to solve only one of the extremes. Since complex or critical systems contain a lot of paradoxes, it becomes all the more essential to address these when designing for the end. These cards help Namahn and its clients to discover,

Startende of niet-designers lossen daarentegen meestal maar een van de extremen op. Omdat complexe en kritische systemen veel paradoxen bevatten, is het des te belangrijker ze op te lossen als je ontwerpt voor eindgebruikers. Deze kaarten helpen Namahn en zijn klanten om paradoxen in hun organisatie, product of service te ontdekken, erover na te denken en te praten. Ze helpen designers om bewust te ontwerpen.

#### OPEN OPLOSSINGEN VOOR COMPLEXE PROBLEMEN

Namahn pakt politiek en sociaal complexe kwesties met de nodige sensitiviteit en authenticiteit aan.

Het bedrijf werkt samen met het Joint Research Centre van de Europese commissie en past designdenken toe om het beleid van directoraten-generaal vorm te geven en te finetunen. Met zijn werk voor de Dienst voor Administratieve Vereenvoudiging (DAV/ASA) van de Belgische federale overheid helpt Namahn om administratieve processen te vereenvoudigen voor ouders van gehandicapte kinderen en kansarme mensen, door de kernnoden onder de loep te nemen en oplossingen te vinden die dezelfde of betere resultaten opleveren.

Als lid van Hybrio Design doet Namahn ontwerpwerk voor het goede doel DoucheFlux, een inlooppunt voor daklozen in Brussel. Het gebruik van Paradoxkaarten hielp hier om de paradox vertrouwen-controle te belichten bij het uitkiezen van een plek voor de lockers. Door de lockers in de zitruimte te plaatsen waar ze goed zichtbaar zijn, is de sociale controle hoger en zijn externe controlemechanismen niet nodig.

think and talk about the existence of paradoxes in their organization, product or service. They help to ensure that designers design consciously.

#### OPEN SOLUTIONS FOR COMPLEX PROBLEMS

Namahn brings a high level of sensitivity and authenticity to addressing politically and socially complex issues.

Working for the European Commission's Joint Research Centre, it contributes design thinking to inform and fine-tune policy at Directorate Generals. In its work for the Belgian Federal Government's Agency for Administrative Simplification (ASA/DAV), Namahn is helping to simplify the administrative processes for the parents of handicapped children and people living in poverty, rethinking the core need and coming up with solutions that achieve the same or a better results.

As a member of Hybrio Design, Namahn is engaged in a pro bono project to design DoucheFlux, a drop-in centre for the homeless in Brussels. Here, the use of Paradox Cards has helped to highlight the paradox of Trust & Control when deciding where to locate lockers. By placing lockers in the lounge area with high visibility, community control is increased and the imposition of external control mechanisms avoided.

There is nothing digital about Namahn's designs for a new centralised control room for the STIB/MIVB in Brussels. Rather, it is about working with the currently dispersed teams to create a common space in which people who take safety-critical decisions can collaborate, where technology can make a difference but only because it is now mature enough to do so.



Storyboard voor een applicatie voor brandweervoorzorg Storyboard for an application for fire service interventions  
Tekening Illustration Nádia Da Mota Ferreira — Foto Photo Peter Vermaercke, Namahn





Service design opleiding in de design studio Service design training in the design studio — Foto Photo Namahn



De design studio van Namahn wordt ook gebruikt door de buurt The design studio Namahn often used by local inhabitants  
Foto Photo Joannes Vandermeulen, Namahn

Er is niets digitaal aan Namahns ontwerpen voor een nieuwe, centrale controlekamer voor de MIVB/STIB in Brussel. Voor deze opdracht werkt Namahn samen met teams, nu nog verspreid over diverse locaties, om een gemeenschappelijke ruimte te creëren waarin mensen die veiligheidskritieke beslissingen nemen, kunnen samenwerken en waar technologie een verschil kan maken omdat ze nu geavanceerd genoeg is.

#### NAMAHNS CULTUUR

Dit verhaal is niet volledig zonder het over de cultuur van Namahn te hebben. Naast een open managementstijl en vlakke hiërarchie heeft het bedrijf een unieke manier om samen te werken, kennis te vergaren en die samen met fysieke ruimte gul te delen met collega's, klanten en de bredere gemeenschap waarin Namahn werkt in het Brusselse centrum.

Door deze open cultuur is er ruimte voor creatieve geesten zoals de Belgische componist in residentie Walter Hus en uitvoerende artiesten. Regelmatig organiseert Namahn lezingen waar je (gratis) de kans krijgt om sprekers van wereldformaat uit diverse domeinen te horen. Deze sessies in de goed gevulde bibliotheek van Namahn helpen om nieuwe designdenkspistes te openen in België en verwelkomen bekende namen zoals systeemdenker Philippe Vandenbroeck, primatoloog Frans De Waal en om de cirkel rond te maken John Thackara zelf.

Joannes en Kristel vinden het enorm belangrijk dat ze een organisatie opgezet hebben waarvan ze houden en die fijn is voor henzelf en anderen. Allebei vinden ze het een voorrecht om nieuwe stromen getalenteerde en pientere mensen te verwelkomen. Deze gemeenschap is kostbaar, een goed functionerende familie, waar dingen geen uitleg nodig hebben, maar intuïtief begrepen worden. Bekijk de profielen op Namahns website en je zult het begrijpen.

#### DE TOEKOMST ONTWERPEN

Is dit de juiste plek voor ons om tussen te komen? Zullen we het leven van mensen beter maken? Wat is het onderliggende probleem? Je moet een zekere maturiteit hebben om te luisteren, te begrijpen en te weten waar en wanneer je moet tussenkomen als designer om een organisatie en haar mensen te helpen. Kristel en Joannes hebben dit punt bereikt.

Om de toekomst te ontwerpen moet je volgens hen open van geest zijn, uiteenlopende wereldbeelden accepteren en complexiteit respecteren, begrijpen en waarderen, niet ontkennen. Ze streven ernaar om zinvolle dingen voor mensen te doen, op een grotere schaal.

In het licht van de recente gebeurtenissen in de wereld vind ik Kristels slotbemerking heel toepasselijk: "Waarom kunnen we als designgemeenschap het democratische systeem niet opnieuw ontwerpen?"

Als iemand al een gooi kan doen naar deze klus, dan zijn dat volgens mij de winnaars van de Henry van de Velde Lifetime Achievement Award 2016.

This story is not complete without mentioning the Namahn culture. Besides its open management style and flat hierarchy, the way the company collaborates, collects and generously shares knowledge and physical space with colleagues, clients and the wider community in which it is embedded in central Brussels, is unique.

This open culture embraces creative spirits such as the Belgian composer in residence Walter Hus plus performing artists. Regular Namahn lectures are a unique (and free) opportunity to hear world-leading speakers from a wide range of disciplines. These sessions in the well-stocked Namahn library make a serious contribution to the continuous opening up of design thinking horizons in Belgium, and have welcomed renowned names such as the systems thinker Philippe Vandenbroeck, the primatologist Frans De Waal and to complete the circle, John Thackara himself.

Joannes and Kristel highly value the fact that they have created an organization they like, which is fun for them and for others. Both see the act of welcoming new streams of talented and smart people as a privilege. This community is something precious, a well-functioning family, where things don't need explaining but are intuitively understood. Read the profiles on the Namahn website and you'll understand.

#### DESIGNING THE FUTURE

Is this the right place for us to intervene? Will it make life better for people? What is the underlying problem? You need a certain level of maturity to listen, understand and know where and when to intervene as a designer in order to benefit an organization and its people. Kristel and Joannes have probably reached this point.

According to them, designing the future will require being extremely open-minded, ready to accept different worldviews and respect, understand, and appreciate the complexity, not deny it. Their goal is to do significant things for people, to do more and on a bigger scale.

In light of recent world events, I find Kristel's closing observation particularly apt: "Why can't we as a design community redesign the democratic system?"

I am convinced that if anyone could have a good crack at this, it would be the winners of the 2016 Henry van de Velde Lifetime Achievement Award.



# HENRY VAN DE VELDE AWARD 16

# ROTOR DECONSTRUCTION

## COMPANY



### JURY

Rotor Deconstruction uit Vilvoorde werd opgericht door het architectenbureau Rotor, dat de jury prees voor hun voortreffelijk samensmelten van theorie, praktijk en artistieke interpretatie, en wordt nu verkozen tot winnaar van de Company Award. Dit omdat het sinds de start consistent en consequent acties opzet om het hergebruik van bouwmaterialen in de architectuur en de interieurinrichting te stimuleren, steeds met de meerwaarde van een ethische, en vooral toegankelijke artistieke blik.

Waar in oorsprong Rotor Deconstruction vooral is ontstaan met een focus op semi-industriële afbraakprojecten waarbij afvalstromen in kaart werden gebracht, verlegden zij later hun aandacht ook naar het verzamelen en aanbieden van deze materialen voor een tweede leven. Daardoor bestaat de organisatie uit praktische profielen, theoretici die onderzoek doen naar duurzaamheid en tentoonstellingsmakers die dit alles aanschouwelijk weten om te zetten. Wat vooral opvalt is dat werknemers van verschillende strekkingen samen zitten, en de kruisbestuiving en interactie het bedrijf naar een hoger niveau tilt. De jury is deze innovatieve manier om een organisatie op te zetten opgevallen, en beschouwt het als een boeiende businessmodel innovatie.

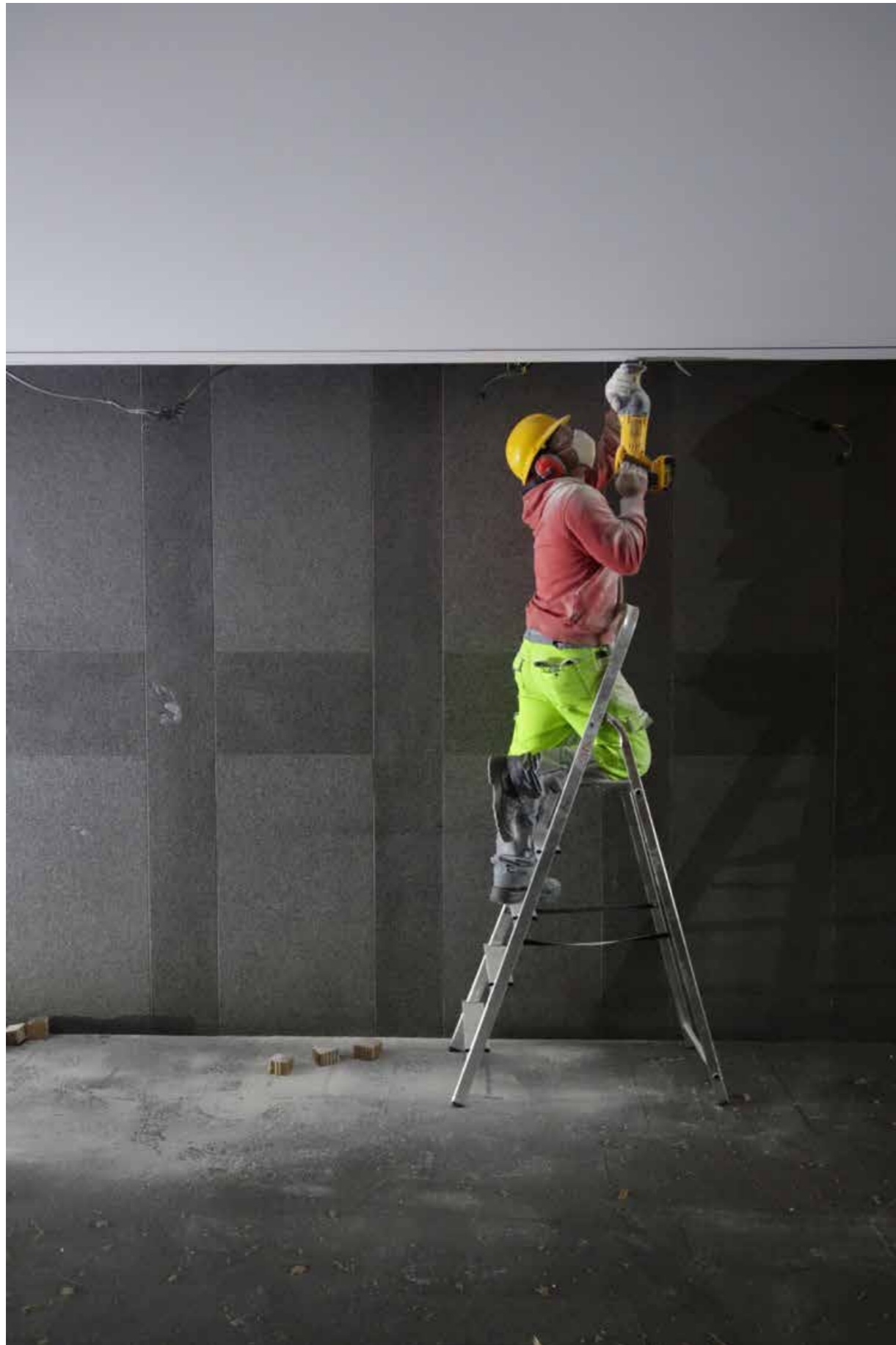
Overtuigd van het ecologische, culturele en economische belang van hergebruik van alle bouwmaterialen, looft de jury toch in het bijzonder de inspanningen die worden gedaan voor materialen uit de naoorlogse architectuur. Rotor legde hiermee een grotendeels onbenutte markt bloot die ook nog andere spelers toelaat en er een duurzaam economisch model aan koppelde dat internationaal inzetbaar is en talrijke jobs kan creëren.

### JURY

Vilvoorde-based Rotor Deconstruction was established and has been selected as the winner of the Henry van de Velde Company Award because from the very beginning Rotor has taken consistent, coherent action to stimulate building materials recycling in architecture and interior design. What's more, it's managed to do this while adding value from an aesthetic and above all - accessible artistic point of view.

The jury commends Rotor Deconstruction for its outstanding fusion of theory, practice and artistic interpretation. Whereas initially Rotor Deconstruction was primarily conceived to identify waste streams from semi-industrial demolition projects, it went on to switch gears to include the collection and offering of these materials for a second life. By necessity, then, the organisation is made up of workers concerned with the practicalities, theoreticians concerned with the issue of sustainability and exhibition designers who know how to bring it all to life. What is most striking is the combination of employees representing a range of ideologies, and how their interaction and cross-pollination takes the company to a higher level. This innovative means of setting up an organisation really impressed the jury, who sees it as an exciting business model innovation.

Convinced of the ecological, cultural and economic need to recycle all building materials, the jury especially commends Rotor Deconstruction's work with materials specifically originating from post-war architecture. In presenting this Henry van de Velde Company Award the jury also wishes to emphatically recognise Rotor Deconstruction and support its categorisation, protection and redistribution of Belgium's post-war architectural heritage.



Ontmanteling van het BNP Paribas Fortis hoofdkantoor Brussel Dismantling of the headquarters in Brussels of BNP Paribas Fortis  
Foto Photo Rotor



Leen Creve

Consistentie en gezond verstand. Zie daar het geheim van Rotor. Sinds 2005 concentreert dit Brusselse collectief zich op één zaak: het hergebruik van hoofdzakelijk bouwmaterialen. Vanuit elke hoek bekijken ze de zaak: theoretisch en esthetisch, maar ook politiek en cultureel. En vooral: praktisch.

In zijn werkbroek begroet Maarten Gielen mij. "Ik kom recht van een werf". Samen met Tristan Boniver, Michaël Ghyoot en Lionel Devlieger richtte hij in 2005 het collectief Rotor op. Eerst doken ze in de industriële afvalbakken van Brusselse fabrieken en maakten er een database van zodat ook anderen al dat bruikbaar materiaal konden vinden. Ze ontdekten dat er ook schoonheid te vinden was en gebruikten mooi afval om hun boodschap "waarom weggooiën wat eigenlijk perfect bruikbaar is?" kracht bij te zetten op tentoonstellingen in Duitsland en op de Architectuur Biennale van Venetië. Ze charmeerden niet alleen Miuccia Prada die hen uitnodigde om iets te doen met haar stock catwalks, maar ook Rem Koolhaas die hen inviteerde om door het archief van zijn bureau OMA te gaan. Ze werden curator van de Architectuur Triennale in Oslo en publiceerden een kritisch boek over duurzaamheid. Ze leverden studierapporten af, richtten gebouwen in en werden als adviseur ingeschakeld door overheden en bedrijven. Ze richtten de website opalis.be op waar aannemers en architecten een adressenlijst vinden met herbruikbaar bouw materiaal. Bedachten nog een zeer toegankelijke expo in Luik n.a.v. de laatste designbiënnale *Reciprocity*. En zo'n twee jaar geleden lanceerden ze Rotor Deconstruction: een, zeg maar, afvalverwerkend bedrijf. Het verklaart de werkbroek van Maarten. En het verklaart waarom Rotor ondertussen 20 mensen in dienst heeft: de helft architecten, onderzoekers en ontwerpers, de andere helft arbeiders. En soms wordt de ene onderzoeker, en de andere arbeider.

In 2013 werd Rotor gecontacteerd door een groot kantoorvastgoedbedrijf dat jaarlijks enorme oppervlakten verbouwt. Het bedrijf wilde weten of Rotor iets kon doen met de materialen die vrijkwamen.

Maarten Gielen: "We maakten een inventaris van wat er in die gebouwen zat en begonnen mogelijke bestemmingen te zoeken. Omdat het bedrijf wilde dat wij budgetneutraal werkten, onderzochten we welke materialen genoeg waarde hadden om hun eigen demontage te financieren. Het waren er flink wat, zo bleek. Dat model hebben we behouden in Rotor Deconstruction. In het begin hadden we geen depot, en vervoerden we zaken rechtstreeks van afbraak- naar opbouwterrein. Nu hebben we een hybride model. Een groot deel van wat we verzetten passeert niet meer langs de depot. Dat is in volume en gewicht zeker het grootste deel. Het heeft geen zin om betondallen twee keer te verhuizen. Dan worden ze te duur. Maar aan de meest waardevolle stukken kan je waarde toevoegen door ze aan de juiste mens op het juiste moment in de juiste omstandigheden te verkopen."

## LEGO

Rotor Deconstruction is bijna hoofdzakelijk in kantoren aan het werk en dat is logisch, vindt Maarten: "In Brussel is de standaardpraktijk voor de betere kantoorgebouwen

Consistency and common sense: that's the secret behind Rotor. In 2005 this Brussels collective got single-minded about recycling, and especially about the reuse of building materials. They look at it from every angle: theory and aesthetics, but also politics and culture. And above all: the practical.

Maarten Gielen comes and says hello to me in his work trousers. "I've literally just stepped off the site". He and Tristan Boniver, Michaël Ghyoot and Lionel Devlieger set up the Rotor collective in 2005. They started out by wading through the industrial waste bins of factories in Brussels. Then they built a database of what they found, to give others access to workable materials. They soon discovered that there was beauty out there, and they used beautiful castaways to lend weight - at exhibitions in Germany and the Venice Architecture Biennial - to their message of "why throw what you can use away?" They won over not only Miuccia Prada, who invited them to do something with her stock catwalks, but also Rem Koolhaas, who invited them to rummage through the archives of his OMA firm. They curated the Architecture Triennial in Oslo and published a critical book on sustainability. They produced study reports, refurbished buildings and were brought in as consultants in the public and private sectors. They set up the website, opalis.be, to provide a list of addresses of useable building materials to contractors and architects. They also conceived a highly accessible expo in Luik, for the most recent *Reciprocity* Design Biennial. And about two years ago, they launched Rotor Deconstruction, which is best described as a waste processing company. Hence Maarten's work trousers. And hence Rotor's staff of about 20: half are architects, researchers and designers, the other half labourers. And sometimes one does the research, the other does the labour.

In 2013 Rotor was contacted by a large office real estate company that renovates enormous areas of office space every year. They wanted to know if there was anything Rotor could do with old materials that came free in the process.

Maarten Gielen: "We listed everything that we found in the buildings and started searching for potential destinations. They insisted that we operate on a neutral budget, so we looked at materials with enough value to fund their own dismantling. And there were quite a few, it soon turned out. We've kept the business model for Rotor Deconstruction. To begin with, we didn't have a depot. So we transported the items directly from the demolition to the construction site. However, now we have a hybrid model. Much of what we move doesn't actually pass through the depot anymore, certainly the lion's share of the weight and volume. Take concrete paving slabs: it doesn't make sense to move them twice. It makes them too expensive. But you can add value to an already valuable piece by displaying it to the right people, at the right time, in the right circumstances."

## LEGO

Rotor Deconstruction spends most of its time on office spaces, which is only logical, or so Maarten thinks: "It is standard practice, at the better office buildings in Brussels, to leave only the shell of the office at the end of the



The Rotor Deconstruction team — Foto Photo Rotor



Uit de sloop geredde deuren Salvaged doors — Foto Photo Rotor

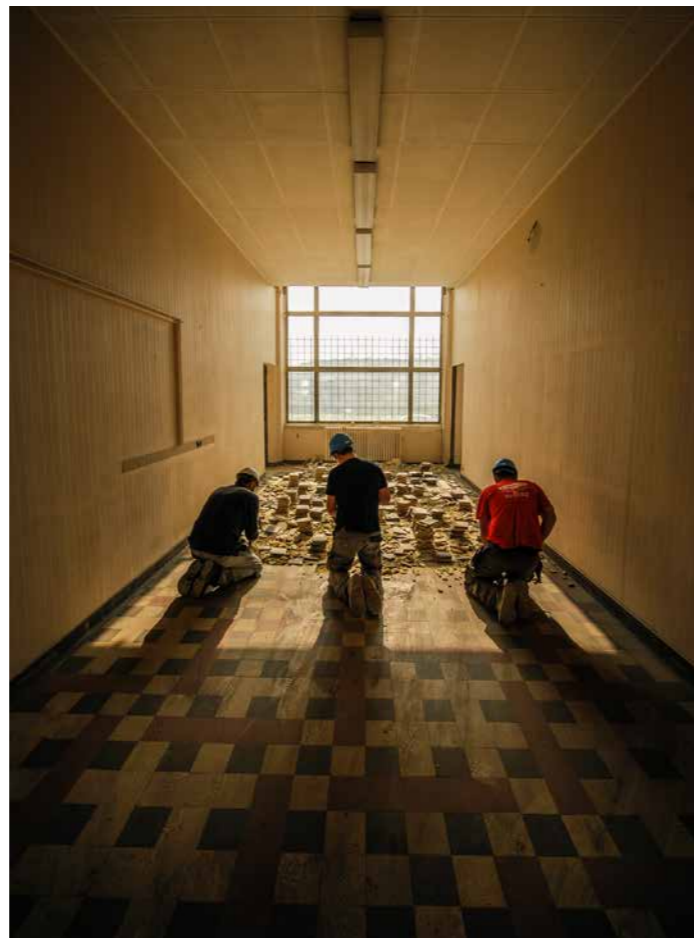




Het magazijn in Vilvoorde (detail) *The warehouse in Vilvoorde (detail)* — Foto Photo Rotor



Ditto, een kwaliteitslabel van RotorDC voor uit de sloop gered beslag  
a quality label of RotorDC for salvaged hardware



Restauratie van het gebouw voor Civiele Bouwkunde (Val Benoit, Spi)  
Renovation of the Civil Engineering building (Val Benoit, Spi) — Foto Photo Olivier Beart

op het einde van een huurcontract meestal zo dat je de kantoorruimtes opnieuw casco achterlaat. Dat levert een enorme turnover aan materialen op. Ondertussen werken we ook voor de vijf grootste concurrenten van dat eerste vastgoedkantoor. Omdat het systeem werkt.”

Maarten vergelijkt een modern kantoorgebouw met een grote Lego. Er wordt aan systeembouw gedaan: een deur of muur wordt honderd keer herhaald. “Veel materialen zijn ontworpen om verplaatsbaar te zijn en moeten meerdere keren ingezet kunnen worden. Een droom voor hergebruik, want daarmee kunnen architecten meteen aan de slag. Maar door het ontbreken van een markt voor die materialen loopt het meestal systematisch fout.” “Omdat de operatoren ontbreken,” vult Lionel Devlieger aan. “De aannemerswereld is gericht op het leveren en plaatsen van materialen. Aannemers die enkel de verplaatsing doen van werf naar werf bestaan niet.” Rotor doet dit wel. “Het probleem is dat je drie types vaardigheden nodig hebt,” duidt Maarten nog. “Enerzijds een architect die de waarde en de bruikbaarheid van een component inschat. Anderzijds de aannemer die weet hoe de demontage praktisch kan verlopen en wat hiervan de kostprijs is. En tenslotte ook de expertise van een verhuisfirma. Veel schade aan materialen gebeurt nadat ze verwijderd zijn uit de gebouwen. Wat is bijvoorbeeld de juiste manier om een grote hoeveelheid glazen platen te vervoeren? Daar kruipt heel wat denkwerk in. Er is dus de verhuisfirma, de aannemer en de architect, maar er zijn weinig bedrijven die de kennis van de drie samen combineren. Dit is onze metier. Wij nemen zo’n zes à zeven keer per week een inventaris van een gebouw. Voor ons is het nuttig om daarvoor dan een app te ontwikkelen die dat sneller en efficiënter doet. Daarin worden foto’s, afmetingen en opbouw instructies opgeladen, krijgt alles een barcode en kan het vertrekken. Andere aannemers of architectenbureaus ontwikkelen dat niet voor één werf.”

Veel concurrentie heeft Rotor niet. Enkel voor de meer rustieke en nobele bouwmaterialen is die er wel. Parket, marmer of schouwen bijvoorbeeld worden gebracht naar handelaars die hierin gespecialiseerd zijn.

#### KLINKEN IN PLASTIC ZAKJE

Afbreken is één, maar opbouwen en klanten vinden is de andere kant van het Rotor Deconstruction verhaal. “Enerzijds heb je te maken met bijna antiek, heel klein in volume, maar heel hoog in waarde, zoals lampjes van Jules Wabbes, kapstokken, chique kantoormeubilair... Dat verkopen we via onze eigen website, of soms zelfs via veilinghuizen. Anderzijds heb je grote volumes van materialen met een eerder lage waarde. Zo voeren we gebruikte plankenvloeren van de Muntshouwborg af naar een winkel met ecologische bouwmaterialen. Daar staan ze in de rekken tussen andere werfplaten en worden ze door aannemers gekocht om ramen tijdelijk af te sluiten, een vloer te beschermen of als bekisting voor een betonnen balkje of zo. Klein beslag zoals klinken van deuren en kastjes poetsen we op, steken we in een plastic zakje en daar plakken we een barcode op. Die hangen hier in Brussel in materialenwinkels naast nieuwe producten, aan een iets betere prijs. Een product is ook een hele dienstverlening. Als je dertig kilometer moet omrijden voor een klink, dan doe je het niet, maar als je de keuze zo dichtbij hebt, dan werkt dat wel. Er zijn uiteenlopende motiveringen bij klanten. Soms is het puur economisch, maar even goed kan een ecologische overtuiging de doorslag geven, of de erfgoed- of culturele waarde.”

lease. This generates a huge turnover in materials. We have come to work for five of our original property developer’s biggest competitors in the meantime: because the system works.”

Maarten compares the modern office building to a massive Lego set. They use systematised construction techniques: they repeat a door or a wall a hundred times. “Many of the materials are designed to be movable and have to be able to be used any number of times. This is the recycler’s dream, because architects can get cracking. However, the lack of a market for these materials tends to disrupt the process on a systematic scale.” “Because there are no operators” adds Lionel Devlieger. “The world of the contractor revolves around the supply and fitting of materials. There is no such thing as a contractor who moves materials from site to site. But Rotor does. “The problem is that it takes three skill sets,” Maarten goes on to explain. “Firstly, an architect, who can assess a component’s value and usability; then a contractor, who has a practical understanding of how the materials can be dismantled and what it will cost; and finally, a removals firm and its specialist expertise. Much of the damage to materials occurs after they are removed from a building. What is the best way, for example, to transport vast quantities of plate glass? It takes an awful lot of thinking about. So we have the removal firm, the contractor and the architect, but precious few can stand in for all three. And that’s the role that we have taken on. We list the contents of about six or seven buildings a week. It made sense for us to develop an app, to make the process faster and more efficient. We upload photos, dimensions and fitting instructions, give everything a bar code and send it off. Other contractors and architectural firms wouldn’t bother developing something like that for one site.”

Rotor doesn’t have much in the way of competition, and what it does have concerns the more rustic and precious building materials. Parquet, marble and fireplaces, for example, are taken to specialist dealers.

#### DOOR HANDLES IN PLASTIC BAGS

Demolition is one side of the Rotor Deconstruction story, but fitting and finding clients is the other. “On the one hand, you have near antique, tiny volume, but very high value items, such as Jules Wabbes lamps, hatstands and chic office furniture... This we sell through our own website, or even through auction houses. And on the other, you have large volume materials of lesser value. We’ll transport things like used wooden floors from the Muntshouwborg to a shop that sells ecological building materials. There, the planks will sit among the other planks on the site, to be bought by contractors who will use them to temporarily seal a window, protect a floor or make a formwork for a concrete beam. Small items, such as handles from doors and cabinets, we polish and stick in a plastic bag with a bar code on it. These bags hang in the DIY shops here in Brussels, alongside new products but at a slightly better price. Providing a product is actually providing a service. If a handle is twenty miles away you probably won’t drive there, but it works well when you are offered a choice at your doorstep. Customers have all kinds of reasons for buying. It might be purely economic, it might be due to ecological convictions or it might be for historical or cultural considerations.”





Parodi boekenwinkel bookshop, ingericht door designed by Rotor — Foto Photo Rotor



Ontmanteling van een plafond in het hoofdkantoor BNP Paribas Fortis in Brussel  
Dismantling of a ceiling in the headquarter in Brussels of BNP Paribas Fortis — Foto Photo Rotor



IJssalon Gaston (Brussel). Inrichting door Lionel Jadot  
Ice-cream parlor Gaston (Brussels). Designed by Lionel Jadot — Foto Photo Rotor

“Wij blijven een ontwerp bureau en vinden ook dat aspect erg belangrijk. We bouwden bijvoorbeeld de Parodi boekenwinkel in Brussel met materiaal uit verschillende gebouwen in Brussel en Gent. En in 2018 zullen we de nieuwe kantoren van de Sociale huisvestingsmaatschappij De Zonnige Kempen inrichten. Opmerkelijk is dat we werken volgens het *design&build* principe: we zijn én ontwerper én bouwer, een veelbelovend principe in de context van hergebruik. Binnen het geijkte stramen van een overheidsopdracht bijvoorbeeld wordt eerst een ontwerper aangesteld, die materialen kiest en een bestek opmaakt. Vervolgens maken meerdere aannemers een offerte en wordt de meest voordelige gekozen. Wij vinden het echter veel interessanter om ontwerp én bouw in één offerte te laten meedingen. Voor kantoorgebouwen zouden we dan kunnen zeggen: dat materiaal hebben we, we kennen een aannemer die met dat materiaal kan werken en wij stellen een inrichting voor. Dan krijg je de beste prijs/kwaliteit verhouding.”

Dat een simpele prijsvraag soms volstaat, merkte Rotor toen UGent hen vroeg om mee na te denken over een nieuwe bestemming voor de boekenrekken uit de Boekentoren die door Robbrecht & Daem gerenoveerd wordt. “In de eerste plaats vroegen ze of we niet geïnteresseerd waren in een deel van de rekken. Maar die rekken werden samen met het gebouw geplaatst. Het is zelfs zo dat het ritme van de kolommen van het gebouw aangepast is aan de standaardmaten van die rekken en niet andersom. Het probleem was dat die rekken voor de verbouwing moesten verwijderd worden. Een klassieke aannemer zou serieus doorrekenen om de rekken te demonteren, te stockeren en weer aan te leveren, precies omdat hij niet meteen een oplossing weet. In de eerste besparingsronde wordt dan logischerwijze afgezien van deze piste en worden er gewoon nieuwe besteld. Wij stelden voor om een aparte prijsvraag te maken voor de rekken. Onze prijs van zorgvuldige ontmanteling, inventarisatie, demontage, stockage en montage werd vergeleken met een offerte voor nieuwe rekken. En wat bleek? De bestaande rekken hergebruiken was concurrentieel tegenover de aankoop van nieuwe rekken. Een deel van de recentere boekenrekken uit de toren zijn wel verkocht en in heel wat woonkamers terecht gekomen.

Een heel ander soort erfgoed kwam Rotor tegen in Wallonië. Maarten: “In Luik hebben we een universiteitsgebouw ontmanteld waar duizenden vierkante meters keramische tegels lagen, per kamer telkens volgens een ander patroon geschikt. Een derde kon gered worden. Dat zijn we nu aan het reinigen volgens een eigen ontwikkelde methode. De tegels zijn in perfecte staat en kunnen aan een heel redelijke prijs worden verkocht.

En dan wil Lionel het toch nog even hebben over een van de belangrijkste argumenten voor hergebruik van bouwmaterialen: de *embodied energy*. “Die tegels werden in de jaren dertig geproduceerd bij Cerabel (Henegouwen), in ovens met extreem hoge temperaturen waarbij veel CO<sub>2</sub> is vrijgekomen. Voor ons dragen die tegels CO<sub>2</sub> in zich. Wanneer wij die tegels hergebruiken, sparen wij al die CO<sub>2</sub> uit die niet meer opnieuw vrijgemaakt moet worden voor een nieuwe vloer. Die tegels zijn nog perfect en lang niet afgeschreven, ook al zou een econoom dat natuurlijk wél al lang zo omschreven hebben.”

“We are still a design firm and this is an aspect that is very important to us. For example, we built the Parodi book store in Brussels of materials from a variety of buildings in Brussels and Ghent. And in 2018 we will be furnishing new offices for the social housing association, De Zonnige Kempen. The thing about us is that we use the *design&build* principle: we are the designer and builder rolled into one, and this principle is promising in the context of recycling. In the calibrated public procurement process, for example, the designer is appointed first; he or she then chooses the materials and the specifications are drawn up. Several contractors are then invited to tender and the best is chosen from among them. However, we think it much better to compete with the design and build in a single tender. In the case of an office building we might say: we have these materials at our disposal, we know of a contractor who works with them and we propose such and such a refurbishment. That ought to yield the best value for money.”

Rotor first noticed that a simple price quote might be enough when UGent asked them to think up some new ideas for the bookshelves in the Library Tower, which was being renovated by Robbrecht & Daem. “They started by asking us if we were interested in any of the shelves, but those shelves were fitted when the building was made. In actual fact, the columns of the building are spaced to suit the standard shelf sizes, not the other way round. The problem was that the shelves had to be removed for the renovations. Your average contractor would charge quite a fee to take the shelves apart, store and then return them, precisely because he wouldn't have a ready solution. This route was logically abandoned in the first round of savings, to simply order new shelves. We suggested a separate quote for the shelving. They compared our price for careful dismantling, listing, deconstruction, storage and reconstruction against an offer for new shelves. And what were the results? Our quote to reuse the old shelves was more competitive than the quote for new shelving. Some of the tower's more recent bookshelves actually were sold, and ended up in quite a few people's living rooms.

Rotor encountered a completely different kind of heritage in Wallonia. Maarten: “We dismantled a university building in Liege, which had thousands of square metres of ceramic tiles, in a different pattern in each room. We were able to salvage about a third. We are now cleaning them by a method we devised ourselves. The tiles are in perfect condition and saleable at a very reasonable price.

Lionel still wants to tell us about one of the main arguments for recycling building materials, i.e. *embodied energy*. “These tiles were fired at Cerabel (Henegouwen) in the nineteen thirties, in extremely high temperature kilns, and a lot of CO<sub>2</sub> was released in the process. These tiles actually lock in a quantity of CO<sub>2</sub>. If we can reuse them, we will save all the CO<sub>2</sub> that would otherwise be released to make a new floor. The tiles are still in perfect condition and we can't write them off yet, although obviously an economist would have done that long ago.”





Wiggle (Midis) — Draadloos besturingsapparaat om op een intuïtieve manier muziek te produceren door met je hand golvende bewegingen te maken  
Wireless controller to produce music in an intuitive way by waving your hand.

## HENRY VAN DE VELDE AWARD 16

### YOUNG TALENT



#### JURY

Pieter-Jan Pieters weet met zijn werk steeds een glimlach op ieders gezicht te toveren. De jonge ontwerper wordt door de jury gelauwerd om zijn speelse inventiviteit en aandacht voor kwaliteit.

Pieters heeft bewezen luchtig en vindingrijk te zijn in zijn ontwerpaanpak, een eigenschap die door vele opdrachtgevers bijzonder wordt gesmaakt. Vooral zijn motto om niet volledig te vertrekken vanuit de wensen van de klant gaat in tegen de klassieke ontwerppraktijk en wordt door de jury toegejuicht als opvallend en gedurfd.

Zijn in Eindhoven gevestigde bureau Owow kende een viertal jaar geleden een bijzonder succesvolle start. Het *Kickstarter* project dat hij toentertijd lanceerde om zijn eindwerk verder in de markt te kunnen zetten, kreeg veel bijval.

Pieter-Jan Pieters wordt hier opnieuw opgepikt omdat Owow momenteel reeds een kleine tiental werknemers telt en nationale en internationale opdrachten binnenhaalt. De interne competenties worden daarvoor constant bijgewerkt en aangescherpt op basis van de noden van de klant. Hierdoor groeit het jonge bureau constant. De jury duidt Pieter-Jan Pieters als beloftevol jong talent aan omdat hij zijn initiële succes heeft weten te bestendigen zonder zijn bijzondere speelse manier van werken achter zich te laten.

## PIETER-JAN PIETERS

#### JURY

Pieter-Jan Pieters always know how to bring a smile to everyone's face with his work. The jury commends this young designer for his playful inventiveness, in combination with the particularly high quality of his product development process.

Pieters is light-hearted and inventive in his design approach: a quality which many clients really appreciate. Even his motto - not doing exactly what the client asks for - flies in the face of traditional design practice, and the jury commends this for its conspicuousness and daring.

His agency in Eindhoven, OWOW, got off to a particularly good start about four years ago; the *Kickstarter* project he launched to give his graduate project an extra boost in the market at that time has really been able to count on the attention of the 14-member jury.

But now Pieter-Jan Pieters is back on our radar, because OWOW employs a small staff of about ten and is already raking in national and international contracts. To keep this up, in-house skills are regularly developed and honed based on what the client needs, and the young agency keeps growing as a result. The jury sees Pieters as a promising young talent because he has managed to extend his initial success without sacrificing his particularly playful way of doing things.



## NET NIET DOEN WAT DE KLANT ZEGT

Annelies Thoelen

Pieter-Jan Pieters (°1988) is afkomstig uit Nijlen, en studeerde vier jaar geleden af aan de Design Academy Eindhoven. Hij startte quasi onmiddellijk daarna zijn eigen bureau OWOW. Momenteel verdeelt Pieter-Jan zijn tijd tussen Eindhoven en Antwerpen. OWOW als bureau valt op en groeit zienderogen. Het telt een kleine tiental whizzkids, en haalt vele nationale en internationale opdrachten binnen. Het is dan ook niet de eerste keer in de jonge carrière van de designer, dat hij wordt opgepikt en gelauwerd. Pieters' werk maakte enkele jaren geleden ook al deel uit van Toegepast 18 in Hasselt. Voor dit project werd hij geselecteerd voor zijn groeipotentieel en inhoudelijke traject. Hij ontwierp toen onder begeleiding *The Social Button*. Met deze "knop" kunnen gsm- en wifi-signalen onderbroken worden. Het project stelt de overheersing van ons digitaal leven op ons reëel sociaal leven ludiek aan de kaak. Ook de Keep An Eye Grant voor aanstormend talent, en een nominatie voor de René Smeets prijs van de Design Academy Eindhoven schreef hij in het verleden al op zijn naam.

Pieter-Jan Pieters heeft een voorliefde voor muziek. Hij is dan ook wellicht het meest gekend van *MIDIS*, een collectie compacte elektronische muziekinstrumenten in bankkaartformaat. Deze lanceerde hij initieel in 2015 via een Kickstarter-campagne die wereldwijd werd opgepikt. De *MIDIS* collectie bestaat uit vier kleine tools waarmee op een bijzonder vrije en intuïtieve manier muzieksoftware kan worden bestuurd. Elk van de perfect afgewerkte instrumenten (*Wob*, *Wiggle*, *Drum* en *Scan*) maakt digitale muziek via eenvoudige handbewegingen. *Wob* creëert een golvend geluid bij een golvende handbeweging. *Wiggle* moduleert een vooraf gekozen geluid bij draaien en kantelen. *Drum* fungeert als een virtuele drumstok in de lucht. *Scan* leest een vooraf gemaakte tekening in, en zet die om naar geluid.

*MIDIS* kan daardoor het componeren en zeker ook het performen van elektronische muziek een stuk intuïtiever en expressiever maken. De huidige visuele waarde van een muzikant die op een podium geconcentreerd met een laptop bezig is, is namelijk momenteel niet bijster groot. Elk van de vernieuwende instrumenten kan bovendien zowel kant-en-klaar, als zonder behuizing worden aangekocht. Bij die laatste optie krijgt de consument de elektronica in de vorm van een printplaatje opgestuurd, samen met digitale bestanden om de casing zelf te (laten) 3D printen. Dat geeft ontelbare mogelijkheden qua personalisatie, en biedt voordelen qua lokaal produceren. OWOW mikt hiermee vooral op het innoverende segment van de (semi-)professionele markt en verkoopt daarom alles sinds het najaar van 2016 online in eigen beheer.

## DOING PRECISELY WHAT THE CLIENT DIDN'T SAY

Annelies Thoelen

Pieter-Jan Pieters (°1988) is from Nijlen and graduated from the Design Academy in Eindhoven four years ago. He set up his own agency, OWOW, almost immediately after leaving. Pieter-Jan currently divides his time between Eindhoven and Antwerp. A conspicuous player, OWOW as an agency is on the upswing. With about ten young whizzes in its employ, it has been raking in the national and international contracts. However, this isn't the first time that the designer has been singled out for an award in his budding career. A few years ago Pieter's work could be seen at Toegepast 18 in Hasselt. It was his potential for growth and substantial track record that got him selected for the project. He was designing *The Social Button* at the time, with some assistance. This 'button' would interrupt cell phone and WiFi signals when pressed. It poked fun at how our real-life social lives are overruled by our digital lives. He had also previously managed to secure a Keep An Eye Grant for up-and-coming talent and a nomination for the René Smeets prize from the Design Academy in Eindhoven.

Pieter-Jan Pieters has a fondness for music. He is probably best known for his *MIDIS*: a collection of compact electronic musical instruments, about the size of a bank card. He initially launched them in 2015, through a Kickstarter campaign, which caught on around the world. The *MIDIS* collection is made up of four small tools, which can be used to control music software in a surprisingly free and intuitive manner. Each of the perfectly finished instruments (*Wob*, *Wiggle*, *Drum* and *Scan*) creates digital music in response to simple hand motions. *Wob* takes wavy hand motions and transforms them into undulating sound. *Wiggle* modulates a sound selected in advance when tilted and turned. *Drum* behaves like a virtual drumstick in mid-air.

In other words, *MIDIS* make the composition, and certainly the performance, of electronic music a lot more expressive and intuitive. And let's face it, the current visual of a musician staring hard at his or her laptop on the stage is hardly delivers a wow factor. What's more, each of these innovative little instruments is available in ready-to-go or in kit form. In kit form, the consumer receives the electronics by mail, in the shape of a printed circuit board plus a set of digital files for the casing (so it can be printed on a 3D printer). This leads to countless options for personalisation and offers benefits in terms of local production. By doing this, OWOW is chiefly targeting the innovative segment of the (semi) professional market, which is also why it has sold everything itself online since autumn of 2016.



Pieter-Jan Pieters



Drum (Midis)



Scan (Midis)



Wob (Midis)





Real Booty Music — Toestel Device

Het is mooi om te zien hoe een beloofde afstudeerproject door niet aflatend enthousiasme en initiatief, via een tussenstop op Kickstarter, een succesvol product kan worden met een wereldwijde verspreiding. Wanneer ik Pieters op een regenachtige avond in november daarmee confronteer, antwoordt hij vrolijk dat werelddominantie inderdaad zijn einddoel is.

Maar Pieter-Jan Pieters zou zichzelf niet zijn, als hij hier niet nog een stap verder in zou gaan, en een extra dosis spelerei en humor zou bovenhalen. Zo bouwde hij het *MIDIS* concept ondertussen ook om tot een aantal echte netwerkinstrumenten waarbij het niet meer de bewegingen van handen, maar van andere lichaamsdelen zijn die voor de digitale muziek zorgen. Een ludieke campagne *Real Booty Music* die internationaal hoge ogen scoorde. Dit had onder andere een viraal YouTube filmpje tot gevolg, dat uiteraard enthousiast werd opgepikt door Playboy en Lil Wayne.

Het is dan ook vooral het succes van *MIDIS* dat de vruchtbare start heeft betekend voor OWOW. De lezingen die Pieters kon geven, en de zichtbaarheid die hij daarmee verkreeg, liggen aan de basis van de latere opdrachten die hij binnenhaalde. Hij omschrijft de groei van het bedrijf als zeer natuurlijk, en vooral gelinkt aan de opdrachten zelf. Hij leerde zichzelf bijvoorbeeld in allerlei interface designen met behulp van een aantal YouTube filmpjes, nádat hij een klant in China had verzekerd dat hij die skills had. "Ik heb mezelf daar binnen gebluft", zegt hij daarover met trots, "ik heb dan zes keer zoveel uren moeten draaien als iemand die die bagage wel op zak zou hebben gehad. Maar ondertussen heb ik toch maar mooi die ervaring kunnen opdoen, en kunnen we nu iedere dag kapitaliseren op die kennis".

Zelf beschrijft Pieters de bezigheden van OWOW als het midden tussen design, engineering, branding en reclame. Maar met een naam die staat voor "The Omnipresent World of Whizzkids", kan men wel verwachten dat dat vooral met een grote knipoog gebeurt. OWOW is dus letterlijk de alom vertegenwoordigde wereld van de slimme kinderen, wiens vader zegt dat ze volwassen moeten worden, maar die daartegen rebelleren. OWOW predikt daarmee een levenswijze die aanslaat bij opdrachtgevers. Het resulteert in hypercreatieve producten overgoten met een flinke dosis feelgood vibes. Pieters vat het zelf prachtig samen: "Waarom je hele leven dingen maken en kopen die je eigenlijk niet leuk vindt? Je leeft toch maar een keer?".

Pieter-Jan Pieters speelt dan ook met het designvak. Hij is creatief, jong en tegendraads, en doet niet anders dan zijn ideeën tot leven brengen door middel van technologie. Daarbij houdt hij expliciet afstand van een methodologisch keurslijf, of té strikte regels van de kunst. Pieters neemt zichzelf en zijn ontwerppraktijk dan ook vooral niet te serieus. Hij gebruikt spelerei als een *way of life*.

De luchtigheid en vindingrijkheid in zijn aanpak vinden hun oorsprong in onder meer zijn stage bij het Zweedse Teenage Engineering. Een innovatief ontwerp-bureau dat aan de basis ligt van enkele pocketsynthesizers en draadloze luidsprekers. Het is een omgeving die hij met een brede glimlach omschrijft als: "een hoog aangeschreven bedrijf van zes gasten in een garage gevuld met go-carts en Lamborghini's". In deze speeltuin (sic) heeft hij besloten dat een flinke dosis humor en een speelse aanpak onderdeel zouden kunnen blijven van zijn eigen toekomstige ontwerppraktijk. Zo gezegd, zo gedaan.

Dit maakt zijn manier van werken bijzonder, omdat hij vooral vertrekt vanuit zijn eigen plezier of wat hij zelf wil. Hij gaat hiermee in tegen een meer traditionele ont-

It's fantastic to see how a promising graduation project, with a quick boost from Kickstarter and boundless enthusiasm, can become a successful product distributed all over the globe. When I put this to Pieters on a rainy November evening, he tells me with a sunny smile that yes, the goal really is world domination.

But Pieter-Jan Pieters wouldn't be himself if he didn't take it just that step further and throw in an extra splash of playfulness and humour. He has also taken the *MIDIS* concept and developed the instruments into a number of real network instruments, which produce digital music not through hand motions, but by moving other body parts. It was a playful campaign *Real Booty Music*, and one that enjoyed international success. Among others, it resulted in a YouTube video that went viral, which of course Playboy and Lil Wayne snatched right up.

That also means that the *MIDIS* success is largely responsible for OWOW's incredibly productive start up. The talks Pieters was able to give, and the visibility they led to for him are what helped him win those contracts later on down the line. He describes the company's growth as extremely organic and mainly links it to the contracts themselves. He very quickly taught himself interface design, for example, by watching a few YouTube videos, after reassuring a customer in China that he had the skills. "I bluffed my way in," he says with pride. "That meant I had to work six times longer than a person with the right skills. But during that time, it's great that I got the chance to acquire that experience, because we capitalise on that knowledge now every day."

Pieters describes OWOW's activities himself as somewhere between design, engineering, branding and advertising; however, with a name like the 'Omnipresent World of Whizzkids', we can mostly expect it to come with a nod and a wink. In other words, OWOW quite literally stands for the world of clever kids all around us, whose fathers say they need to grow up, but who rebel against this. That's how OWOW preaches a way of life that appeals to clients. It results in ultra-creative products that are inundated with a good helping of 'feel good' vibes. Pieters sums it up nicely: "Why spend your whole life making and selling things you don't actually like? You only live once, right?".

Pieter-Jan Pieters lets loose in the design trade too. He is creative, young and unruly; all he does is use technology to bring his ideas to life. In the process, he steers clear of any methodological dogma or rulebooks. Above all, he doesn't take himself, or his design practice, too seriously. He sees fiddling around as a *way of life*.

To some extent, the brightness and breeziness of his approach originate from his spell as a trainee at Teenage Engineering in Sweden: an innovative design agency behind several pocket synthesizers and wireless speakers. With a broad grin he describes this environment as: "a highly thought of company of six blokes, in a garage full of go-karts and Lamborghinis" In this playground (sic) he decided that a good dose of humour and a playful approach were qualities worth preserving in his own design career. Once voiced, it became a reality.

This makes his own particular way of doing things special, because he always starts with the things that give him pleasure or the things he wants himself. And it flies in the face of the more traditional design practice, where the wishes and requirements of the customer are paramount. In his own words: "what we're good at is doing precisely what the client didn't tell us to do". Pieters consistently bases his projects on his own dreams, on tinkering and building things, and is also proud to call himself a professional tinkerer. It is this almost childlike naivety that to make Pieters' work so incredibly



werppraktijk, waarbij er vooral vertrokken wordt uit de wensen en de noden van de klant. In zijn eigen woorden: “datgene waar we goed in zijn, is net niét doen wat de klant zegt”. Pieters start projecten geregeld vanuit zijn eigen dromen, vanuit knutselen en objecten bouwen, en geeft zich dan ook trots de naam professioneel knutselaar. Het is precies deze haast kinderlijke naïviteit die het werk van Pieters doorgedreven creatief en aantrekkelijk maakt voor opdrachtgevers. Omdat er in het begin niet geweten is waar er zal worden geëindigd, gaan de eindresultaten meer dan eens ver buiten het verwachtingspatroon, in de positieve zin.

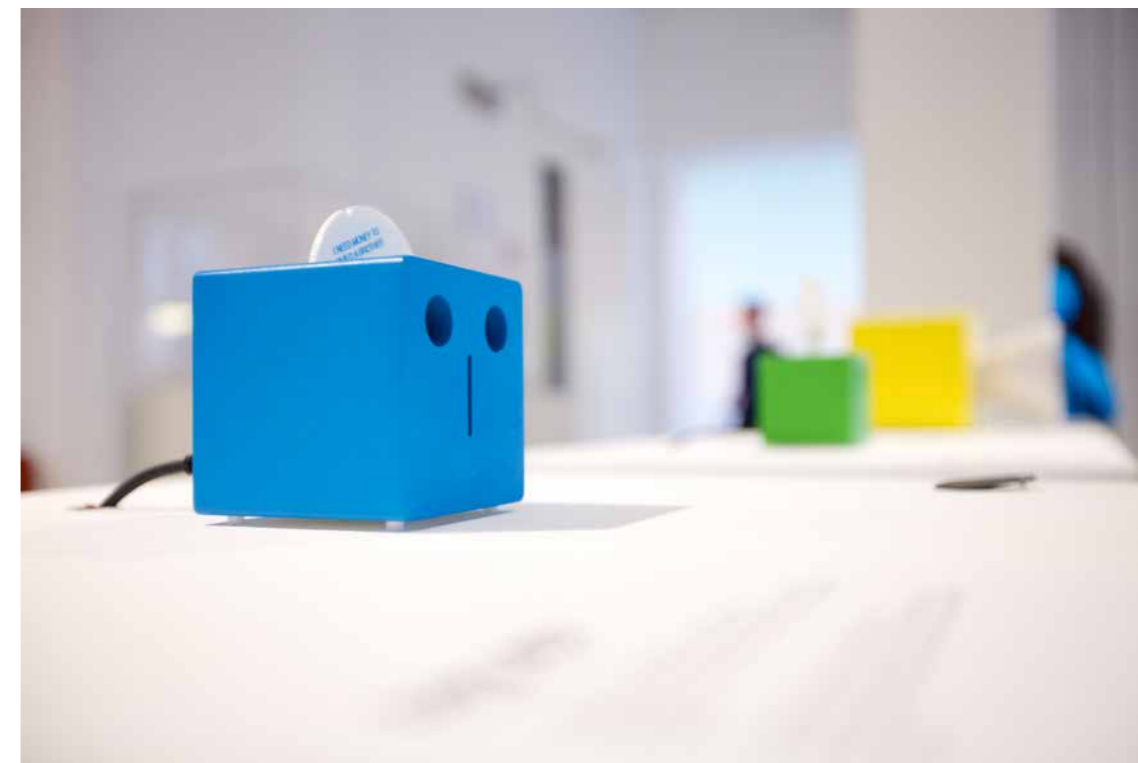
OWOW is nu dan ook een bureau dat zich specialiseert in erg uiteenlopende segmenten. Daarbij gebruiken de ontwerpers steeds dezelfde luchtige methode om problemen bij de essentie aan te pakken, of het nu gaat om het ontwerpen van nieuwe types muziekinstrumenten, dan wel reclamecampagnes, apps, websites, nieuwe merken, of het ontwikkelen van nieuwe technieken in de zorg. Daardoor is OWOW in volle expansie, en werkt het bureau zowel in opdracht van bedrijven als uit eigen initiatief. Vooral de tijd die hij steekt in dat laatste zou hij graag vermeerderd zien. Daarom is er in 2015 een venoot bijgekomen, die onder andere de designers kan aanmanen dat er genoeg gespeeld is en een project nu toch kortelings moet landen.

Maar ook al zijn ze speels, het afgeleverde werk is bijzonder functioneel. Een van OWOW's motto's is niet voor niets “we design growth”, een boodschap die menig opdrachtgever als muziek in de oren zal klinken. Verder dan esthetiek en humor probeert OWOW namelijk te ontwerpen voor relevantie en kwaliteit. Daarom gaat er ook veel aandacht naar een perfecte afwerking. Alles moet van binnen tot buiten doordacht en slim in elkaar zitten. Ook al gaat het slechts over prototypes, Pieters hamert erop dat alles tot in het detail klopt en afgewerkt is.

creative and appealing to clients. Since the destination is unknown at the beginning of the process, the end results will end up falling far from pattern of expectation a good amount of the time, and that's a good thing.

OWOW is now also an agency specialising in radically different segments. In each, the designers follow the same bright and breezy method to get to the crux of a problem, whether they are designing new types of musical instruments, or working on advertising campaigns, apps, websites, new brands, or developing new technologies in the care sector. And that's why OWOW is expanding so rapidly, working both on commission and on its own initiative. It's the latter point where he would like to see more time spent. Hence the arrival, in 2015, of a new partner, one to remind the designers that playtime is over and the project has got to come in for a landing.

However, however playful they may be, the finished product is always highly functional. It's not for a lark that one of the mottos at OWOW is “we design growth” - music to the ears of many a client. Beyond aesthetics and humour, OWOW pursues relevance and quality in its designs. That's also why they focus so hard on a perfect finish. A project has to be well thought out, inside and outside, and cleverly put together. Even when it comes to prototypes, Pieters insists on perfection, in the details and in the finish.



Clap (Bots), i.s.m. Brakke Grond &amp; Droog Design



The Social Button (The Social Project), i.s.m. Z33 — Foto Photo Kristof Vrancken



The Social Bench (The Social Project), i.s.m. Z33

**DESIGN  
SOLUTION  
AWARDS 16**





De Henry van de Velde Labels worden vanaf nu weer Awards en zullen uitge-reikt worden aan producten, projecten of diensten die vanuit een designmethodiek of attitude (deels) een antwoord bieden voor actuele vraagstukken. Daarbij sluit de Henry van de Velde Awards aan bij de laatste ontwikkelingen in design en wil deze nog meer focussen op de waarde en impact van design op de economie, de maatschappij en het klimaat, vandaag en in de toekomst.

Dit doen we door vragen te stellen, problemen en conflictsituaties te detecteren en de beste en meest inspirerende designoplossingen hiervoor (of voor een onderdeel ervan) in de kijker te zetten, te lauweren en te contextualiseren. Deze Awards vertellen hoe design het verschil kan zijn, mee bijdraagt tot economische groei en zorgt voor een betere en humane wereld. Met deze invulling hopen we onze samenleving en industrie te inspireren en aan te zetten tot de consequente toepassing van design en design thinking.

We formuleerden acht vraagstukken die elk één categorie vormen. Uiteraard zoeken we niet enkel naar globale oplossingen. Ieder project, product, dienst en systeem die een zinvol antwoord biedt op een deel van het gestelde probleem komt evenzeer in aanmerking. Hierbij focussen we steeds op vorm, functie en waardecreatie.

De jury is dezelfde als voor de "Special Awards" (zie blz. 6), met uitzondering van de OVAM Ecodesign PRO Award 16, die uitzonderlijk dit jaar nog een eigen jury had: Jan Aerts (Futureproofed), Eveline Borgermans (ikinnoveer), Els Delaere (VOKA), Theo Geerken (VITO), Miranda Geusens (OVAM), Evelyn Lafond (OVAM), Tom Suykerbuyk (Flanders DC), Wouter Ulburghs (OVAM), Inge Vranken (Design Vlaanderen). Deze hield rekening met de mate waarin ecodesign toegepast werd voor het product of de dienst. Dit kan zijn een efficiënt gebruik van materialen en hulpbronnen, sociaal verantwoord design, systeemoplossingen, nieuwe businessmodellen.

In tegenstelling tot de "Lifetime Achievement Award", de "Company Award" en de "Young Talent Award" kan iedere ontwerper of opdrachtgever deelnemen aan de "Design Solution Awards" en zich inschrijven voor één of meerdere categorieën. Per categorie werden nominaties aangeduid en een laureaat.

From now on, the Henry van de Velde Labels will simply be Awards again, and they will be issued for products, projects and services which address topical issues (in part or in full) through their design methodology or attitude. This brings the Henry van de Velde Awards in line with the latest developments in design and we now aim to sharpen our focus on the value and impact of design on the economy, society, and climate, today and in the future.

This we will do by raising questions, detecting problems and conflict situations and then showcasing, honouring or contextualising the best and most inspiring (partial or overall) design solutions found. These Awards show how design can make a difference, how it contributes to economic growth and brings about a better and humane world. With this new meaning we hope to inspire our society and industry and encourage the logical application of design and design thinking.

We came up with eight topical issues, each of which comprises one award category. We are not just looking for global solutions here. Any project, product, service or system qualifies for a nomination if it offers a meaningful answer to some aspect of the issue in question. Our assessments will continue to focus on form, function and value creation.

The jury is the same as the one appointed to assess the "Special Awards" (see pg. 6), with the exception of the OVAM Ecodesign PRO Award 16, which was exceptionally appointed a jury of its own this year: Jan Aerts (Futureproofed), Eveline Borgermans (ikinnoveer), Els Delaere (VOKA), Theo Geerken (VITO), Miranda Geusens (OVAM), Evelyn Lafond (OVAM), Tom Suykerbuyk (Flanders DC), Wouter Ulburghs (OVAM) and Inge Vranken (Design Flanders). This jury took into account the extent to which eco design was incorporated into the product or service. This can be through an efficient use of materials and resources, socially responsible design, system solutions or new business models.

In contrast to the "Lifetime Achievement Award", the "Company Award" and the "Young Talent Award", every designer or customer can participate in the "Design Solution Awards" and register to compete in one or more categories. Nominations were selected for each category, as well as a winner.

## BETTER HEALTH AWARD

een designprijs voor oplossingen die zorgen voor het algemeen welzijn, voor een gezond lichaam en gezonde geest voor iedereen.

a prize for design solutions which aid general well-being or a healthy body and healthy mind for all.

## COLLECTIVE AWARD

een designprijs voor oplossingen die bijdragen tot de collaboratieve economie waarin kennis en middelen beter ingezet worden (samenwerken, delen, hu-ren,...).

a prize for design solutions which contribute to the collaborative economy and aid a better deployment of knowledge and resources (cooperation, sharing, hire, etc.).

## COMMUNICATION AWARD

een designprijs voor oplossingen die de leesbaarheid en/of begripbaarheid van een product, concept, dienst of project verbetert of vergrroot.

a prize for design solutions which improve or increase the legibility and/or comprehensibility of a product, concept, service or project.

## DESIGN RESEARCH AWARD

een designprijs voor de resultaten die gestoeld zijn op gedegen onderzoek en experiment, op conceptueel, materiaal- en/of technisch vlak.

a design prize for results resting on sound (conceptual, material and technical) research and experimentation.

## OVAM ECODESIGN PRO AWARD

een designprijs voor ontwerpen of diensten volgens de principes van ecodesign of met een positieve invloed op het milieu.

a prize for designs or services which are created in accordance with the principles of eco design or have a positive effect on the environment.

## EFFICIENCY AWARD

een designprijs voor oplossingen die de kost verbonden aan een product of dienst verkleinen, zonder in te boeten op de kwaliteit.

a prize for design solutions which reduce the cost of a product or service without reducing its quality.

## FEEL GOOD AWARD

een designprijs voor oplossingen die mensen op een verrassende wijze emotioneel raakt of prikkelt.

a prize for design solutions which affect or stimulate people's emotions in a surprising way.

## LIFE QUALITY AWARD

een designprijs voor oplossingen in de private of openbare ruimte die leiden tot nieuwe en betere leef-, leer-, werk- of recreatie-omgevingen en die ten goede komen aan de kwaliteit van het leven.

a prize for design solutions in private or public spaces which lead to new and better living, learning, working or recreational environments and improve the quality of life.

AALST STAD MET ZICHT  
OP ZORG!

Twee co-creatie trajecten  
Two co-creative processes

Ontwerp Design  
Studio Dott (Suzan Bijloo, Lisa  
Apers, Tine Peeters)  
i.s.m. in cooperation with  
AIPA & Pantopicon  
Opdrachtgever Client  
Stad Aalst City of Aalst

www.studiodott.be

Het project is gegroeid vanuit de wil van de stad Aalst om als zorgstad de senioren in hun vertrouwde omgeving thuis te laten wonen. De grote uitdaging was om zowel de ideale woonzorgomgeving te onderzoeken als hoe Aalst zich als zorgstad kan positioneren. Hiervoor werden tegelijk twee co-creatietrajecten opgestart vanuit een service design aanpak.

In een eerste traject onderzocht Studio Dott samen met het platform AIPA (Ageing in place Aalst) de infrastructuur, sociale en maatschappelijke voorwaarden om iedere (hoog)bejaarde in zijn vertrouwde omgeving te laten wonen. In een co-creatieve setting met bewoners, zorgverstrekkers, stadsmedewerkers en ondernemers werden ideeën en oplossingen gegenereerd. In iedere workshop werden andere methodes gebruikt om de deelnemers te stimuleren bij de ideeëngeneratie. Door telkens verder te bouwen op de inzichten en de resultaten van de vorige sessies werd gaandeweg de richting bepaald. Hieruit kwamen een aantal kortetermijnoplossingen (pop-up ontmoetingsruimte, zorgtaxi, parkeerkaart voor zorgverstrekkers en een sociale syndicus) die snel en eenvoudig te implementeren zijn.

Parallel startte Studio Dott i.s.m. Pantopicon een traject op met ondernemers uit Aalst en omgeving rond de positionering van Aalst als zorgstad. Gefocust werd op de visie rond zorg en de opportuniteiten voor de zorgondernemers. In acht workshops werden drie concepten gevormd: het zorgbureau, het zorgpark en de zorghub.

Het onderzoek is afgerond en de concepten liggen in handen van de stad en de ondernemers. De sessies resulteerden niet enkel in *quick wins*. Inspirerende visies konden ontwikkelen en het co-creatietraject zorgde ervoor dat zorgverstrekkers en andere bedrijven uit Aalst nieuwe samenwerkingen aangingen en initiatieven ontplooiden.

The project was borne out of the desire by the town of Aalst to enable senior citizens to continue living in a home environment with which they are familiar. The central challenge was both to research the ideal location for a residential care home and to promote Aalst as a town which provides the very best care resources. To achieve this, two co-creation projects were launched based on a service-design approach.

In the first project, Studio Dott worked with the AIPA (Ageing in place Aalst) platform to research the requirements in terms of the infrastructure, social and societal preconditions for every elderly person to continue living in an environment which is familiar to them. Ideas and solutions were identified in a co-creative setting with local residents, carers, city employees and business owners. At each workshop, other methods were used to encourage participants to come up with ideas. By continuously building on the insights gleaned and progress made during prior meetings, little by little the path for the project was mapped out. The result was a number of short-term solutions (e.g. pop-up meeting areas, care taxis, parking cards for carers and a social manager) which are quick and easy to implement.

Alongside this project, Studio Dott also partnered with Pantopicon to devise an initiative with business owners in Aalst itself and the surrounding area to establish the town as one which provides the very best care resources. The emphasis here was on what the concept of 'care' should entail, and opportunities for care entrepreneurs. Eight workshops were held, and three concepts identified: a care office, a care park and a care hub.

Research has now been completed and the concepts are being studied by the town authorities and local business owners. However, the sessions generated more than a few quick wins. Some inspiring visions were expressed and the co-creation approach gave carers and other businesses in Aalst the opportunity to forge new partnerships and develop initiatives.

## AMIS - A'MUZE

Dynamische kinderspeeltoelgen voor kleuter- en lagere scholen  
Dynamic and engaging children's toys for kindergartens and primary schools

Ontwerp Design  
Adriaan Debruyne (Saflot)  
Opdrachtgever Client  
Medio's sarl

Ø100 x 60 cm  
polyethyleen *polythene*

www.saflot.be  
www.medios.be/producten/amis

Het bedrijf Medio's vroeg Adriaan De Bruyne (Saflot) om binnen de *A'muze* collectie acht speeltoelgen te ontwikkelen voor gebruik op speelplaatsen van kleuter- en lager onderwijs.

Hij startte dit proces met een etnografisch onderzoek en een stakeholderanalyse. Het leverde waardevolle informatie op naar motorisch en sociaal spelgedrag en nieuwe noden werden gedetecteerd. Op basis van deze inzichten werden concepten ontwikkeld en tal van prototypes getest met kinderen van verschillende leeftijden. De veiligheid, de speldynamiek, emotionele connotatie en sociale dimensie werden alle onder de loep genomen. De reeks kreeg de naam *AMIS* mee en bestaat uit acht kleurrijke en verplaatsbare elementen. De kinderen (van 3 tot 12 jaar) kunnen zelf hun spelregels bepalen, volgens hun motorische, fysieke, sociale en psychologische ontwikkeling. Op motorisch vlak combineert ieder tuig meerdere uitdagingen. Sommige kunnen zelfs omgedraaid worden en krijgen een hele nieuwe functie. Enkele tuigen werken met een (labiel) dynamisch evenwicht, andere zijn dan weer eerder stabiel. Naast de individuele kwaliteiten van elke module, levert elke nieuwe combinatie en setting een nieuw parcours op dat telkens voor een andere beleving zorgt, wat op zijn beurt de creativiteit van de kinderen stimuleert.

Voor het bedrijf is deze productfamilie revolutionair. De speeltoelgen hebben veel succes en worden goed verkocht. *A'Muze* zorgde zelfs voor een internationale doorbraak van het bedrijf.

Door een nauwe samenwerking met de matrijzenbouwer en de producent konden prijs, sterkte en afwerking geoptimaliseerd worden.

En naar verluidt zou het pestgedrag merklijk zijn afgenomen.

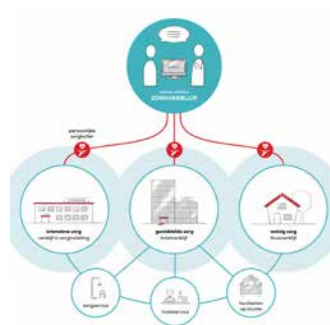
The Medio's company asked Adriaan De Bruyne (Saflot) to develop eight play stations for its *A'muze* collection for use on playgrounds in kindergartens and primary schools.

He got the process started by conducting ethnographic research and a stakeholder analysis. Both of these provided valuable information on the motor and social aspects of children's behavioural lay and identified new needs to be addressed. Based on these insights, several designs were developed and a number of prototypes were tested with children of different ages. Safety, play dynamics, emotional connotations and the social dimension were all taken under consideration. The range is called *AMIS* and comprises eight colourful, portable components. Children (aged between 3 and 12) are free to come up with their own game rules based on their own stage of motor, physical, social and psychological development. In terms of motor skills, each station poses a number of challenges. Some can even be turned over or around to serve a completely new function. Some will move depending on where the child's weight is positioned on them (dynamic balancing), while others are completely stable. In addition to the individual features of each station, each different combination of stations and the way they are positioned offers a new 'course', and in so doing continues to give children a different experience. This, in turn, stimulates a child's creativity.

For Medio's, this product family is revolutionary. The play stations have been a great success and are selling well. They have even enabled the company to break into the international market.

Close cooperation with the mould-makers and the manufacturer have enabled Medio's to achieve a robust product with a superior finish at the best possible price.

Feedback received also suggests that bullying has declined substantially.



**ZORGBUREAU**  
Verzorgd verlijf op maat

De stad Aalst wil de zorg voor senioren verbeteren. Dit gebeurt door een zorgbureau te creëren dat de verschillende zorgaanbieders in Aalst samenbrengt. Het zorgbureau zorgt ervoor dat de senioren de juiste zorg krijgen op maat van hun behoeften. Het zorgbureau werkt samen met de senioren, hun familie en de zorgaanbieders om de beste oplossing te vinden. Het zorgbureau zorgt ervoor dat de senioren de juiste zorg krijgen op maat van hun behoeften. Het zorgbureau werkt samen met de senioren, hun familie en de zorgaanbieders om de beste oplossing te vinden.



**ZORGHUB**  
Verbinden en creëren

De stad Aalst wil de zorg voor senioren verbeteren. Dit gebeurt door een zorghub te creëren die de verschillende zorgaanbieders in Aalst verbindt. De zorghub zorgt ervoor dat de senioren de juiste zorg krijgen op maat van hun behoeften. De zorghub werkt samen met de senioren, hun familie en de zorgaanbieders om de beste oplossing te vinden. De zorghub zorgt ervoor dat de senioren de juiste zorg krijgen op maat van hun behoeften. De zorghub werkt samen met de senioren, hun familie en de zorgaanbieders om de beste oplossing te vinden.



**ZORGPARK**  
Levenslang en ontspannen

De stad Aalst wil de zorg voor senioren verbeteren. Dit gebeurt door een zorgpark te creëren dat de senioren de juiste zorg geeft op maat van hun behoeften. Het zorgpark zorgt ervoor dat de senioren de juiste zorg krijgen op maat van hun behoeften. Het zorgpark werkt samen met de senioren, hun familie en de zorgaanbieders om de beste oplossing te vinden. Het zorgpark zorgt ervoor dat de senioren de juiste zorg krijgen op maat van hun behoeften. Het zorgpark werkt samen met de senioren, hun familie en de zorgaanbieders om de beste oplossing te vinden.



Foto Photo Medio's



**BAHAMONTES**  
Vlaams magazine over wielrennen  
*Cycling magazine*

Ontwerp *Design*  
Pieter Willems  
(Pjotr Grafisch Ontwerp)  
Opdrachtgever *Client*  
Heeren Vertrekt

26 × 21 × 1 cm

www.pjotr.be  
www.bahamontes.be

*Bahamontes* is een Vlaams magazine over wielrennen.

Van bij de start in 2013 wou *Bahamontes* anders zijn dan de bestaande wielertijdschriften. Niet alleen in de keuze van verhalen, waar ze op zoek gaan naar verbanden die verrassen en het onbekende, maar ook in de keuze van hun medewerkers. Daarom wordt het geschreven door kwaliteitsjournalisten en laat het ruim plaats voor de gerenommeerde fotografen en -illustratoren. Pieter Willems (Pjotr) staat van bij de start in voor het grafisch ontwerp van het magazine.

Het magazine kiest voor traagheid en brengt grote en kleine verhalen uit de lange wielergeschiedenis van Vlaanderen tot op de dag van vandaag. Artikels mogen gerust tien pagina's lang zijn. Teksten tellen vaak meer dan 23.000 tekens, er is ruimte voor grote beelden. Het ontwerp van het magazine is een essentieel onderdeel van het magazine. Omdat op elk vlak steeds voor het beste wordt gekozen (journalistiek en fotografisch), wordt ook volop ingezet op een fris, eigenzinnig maar leesbaar, tot in de puntjes verzorgd ontwerp.

In een steeds moeilijker wordende tijdschriftenmarkt, weet *Bahamontes* een heel specifieke doelgroep aan te spreken. Sinds het eerste nummer in het voorjaar 2013 verscheen, groeit het blad bij elk nieuw nummer.

Het tijdschrift verschijnt 4x per jaar, telt 144 bladzijden en wordt gedrukt op ongestreken kwaliteitspapier.

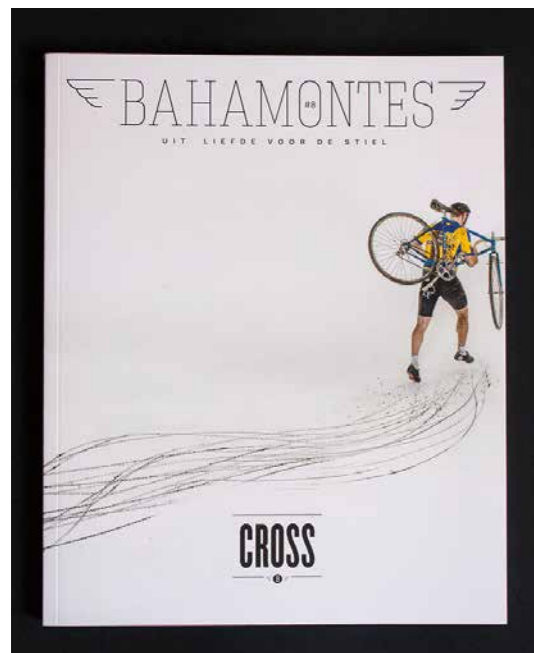
*Bahamontes* is a Flemish magazine about cycling.

At the time of its launch back in 2013, *Bahamontes* was looking to distinguish itself from the other cycling magazines available: not only in terms of its content, wanting to seek out surprising and little known stories and subjects, but also as regards the staff it chose to hire. As a result, its articles are written by high-level journalists and feature plenty of space for imagery by renowned photographers and illustrators. Pieter Willems (Pjotr) has been responsible for the magazine's graphic design since its inception.

It features long and short articles about Flanders's distant cycling past up to today's events in cycling. The magazine aims to give readers a relaxing and leisurely experience, and articles can easily be up to ten pages long. A given text frequently containing more than 23,000 characters, and there is plenty of room for large pictures.

In an increasingly competitive magazine market, *Bahamontes* has managed to engage a highly specific target reader group. The first issue was published in the spring of 2013 and since then its circulation has increased with every issue.

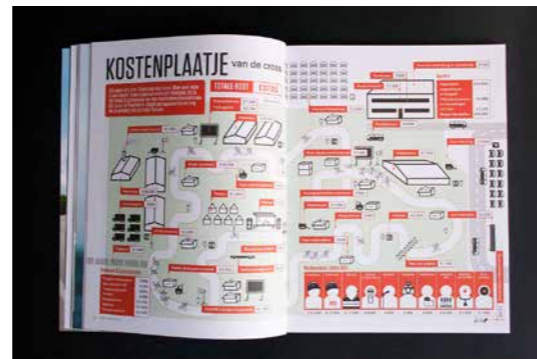
*Bahamontes* is published four times a year, is 144 pages long and is printed on uncoated premium paper.



Bahamontes (Cover N°8) © Pjotr.be



Bahamontes (Opening van een artikel) © Pjotr.be



Bahamontes (Binnenpagina met infographic) © Pjotr.be

**BEDNET UNIT - MOBIELE OPLOSSING**  
Mobiel systeem voor synchroon internetonderwijs  
*Mobile unit enabling sick children to follow lessons live online*

Ontwerp *Design*  
CIDES Product Design  
Opdrachtgever *Client*  
BEDNET

54 × 29 × 35 cm

www.cid.es.be  
www.bednet.be

Bednet zorgt er sinds 2007 voor dat kinderen en jongeren die tijdelijk niet naar school kunnen gaan door ziekte, een operatie, een ongeval of zwangerschap, toch mee in de klas zitten van thuis uit. De klas ziet de bednetter zitten op het computerscherm achteraan in de klas. De bednetter volgt van thuis uit de lessen met een camera die hij zelf kan besturen en kan met zijn klasgenoten praten.

Bednet had al een systeem dat gebruikt werd in de klas: een grote, vaste computer met scherm, een toetsenbord, luidsprekers, een camera op een statief en een router.

Cides werd gevraagd om deze opstelling te herwerken. Er waren twee grote opdrachten: maak de unit eenvoudiger op gebied van gebruik, installatie, assemblage en onderhoud én zorg ervoor dat de unit mobieler is. En dit voor een zo laag mogelijke investeringskost, want het wordt in kleine oplages gemaakt.

Cides ontwierp één object waarin alle functies verenigd zitten. Geen losse stukken meer, dus eenvoudig te installeren en hij past in standaard containers die Bednet al had. Door de slimme plaatsing van handvaten kan de unit eenvoudig uit de container getild worden. Extra handvaten bovenaan zorgen ervoor dat de unit door iedereen kan verplaatst worden. De onderdelen binnenin zijn standaardonderdelen die op een centraal frame gemonteerd zijn.

Dankzij de mobiele unit communiceert het zieke kind veel eenvoudiger, overzichtelijker en kwalitatiever met klasgenootjes en lesgevers. Omdat de unit op meerdere plaatsen kan gebruikt worden, kan het zieke kind ook meer ervaringen met de klasgroep delen.

Since 2007, Bednet has been enabling children and young people temporarily unable to attend school due to illness, an operation, an accident or pregnancy, to continue following lessons online from home. The class can see a pupil using the Bednet system on a screen at the back of the classroom, while remote pupils themselves can follow the lesson at home via a camera which they can control and use to chat with their classmates.

Bednet already had a remote classroom system: a large, static computer with a screen, keyboard, speakers, a camera on a tripod and a router.

Cides was asked to adapt this solution. Its two key tasks were to: make the unit more user-friendly and easier to install, assemble and maintain, and to make it more mobile - all for the lowest possible investment cost since the system is ordered in small quantities.

Cides has designed a single unit which incorporates all the system's functions. There are no longer any separate components, making it easier to install and it fits inside the standard containers Bednet already had on hand. The smart placing of handles ensures that the unit can easily be lifted out of its container. Additional handles on the top also enable anyone to move the unit as required.

The unit features standard internal components mounted on a central frame.

This mobile unit enables children and young people who are temporarily unable to attend school to communicate more easily and clearly - and at a higher level - with classmates and teachers. Since it can be used in multiple locations, remote pupils are able to share in more of their class group's experiences.



Bednet zorgt ervoor dat kinderen en jongeren die tijdelijk niet naar school kunnen, de les in hun klas live kunnen volgen, via een computer thuis (synchroon internet onderwijs). Leerlingen die langdurig of regelmatig afwezig zijn door ziekte, ongeval of zwangerschap, zijn zo toch steeds mee met de les en blijven eveneens hun vrienden zien.

Copyright © 2016 - Cides



## CAMP CARRÉ

Een picknickplek in het Molenvijver Park (Genk)  
*A special picnic area in the Molenvijver Park (Genk)*

Ontwerp *Design*  
Linde Hermans (Studio Linde Hermans) & Noortje De la haye  
Opdrachtgever *Client*  
Stad Genk *City of Genk*  
Uitvoering *Production*  
Wolters-Mabeg

www.lindehermans.be  
www.noortjedelahaye.be  
www.visitgenk.be/Doen/Picknicken

Op vraag van de stad Genk ontwikkelde Linde Hermans, samen met Noortje De la haye, een gepaste picknickplek voor in het Molenvijverpark. Picknicken is voor hen een behaaglijk en rustig plekje zoeken in de natuur, je deken open leggen en samen lekker eten. Hun initiële idee was om er de leukste picknickplekjes simpelweg aan te duiden met een vlag. Daarvoor inspireerden ze zich op het cliché van de picknicker die zich met zijn geruite deken nestelt op een lapje grond, zo zijn kamp opslaat (vandaar *Camp Carré*) en een stukje openbaar domein inpalmt.

Ze bedachten ook al meteen de naam en ontwikkelden er de branding van. Het concept sloeg aan, maar voor de oudere mensen wilde de stad toch ook banken en tafels. Ze voorzagen een zit- en tafelniveau, maar trouw aan hun eerste idee wel verwijzend naar het typische picknickdeken, hier al opgevouwen gebracht. Het 'deken' werd uitvergroot en in verschillende (geruite) patronen en hoogtes opgesteld op drie plekken in het park, elk voorzien van een ingebouwde BBQ.

Hier kunnen grote groepen en families tafelen en verschillende generaties samen komen. Aan de tafel is plaats voor 20 personen, ook voor een rolstoelgebruiker, rondom op zithoogte kunnen de jongeren een plekje inpalmen en de sportiefste benen zoeken een plekje op het dambordpatroon en spreiden daar hun dekentje.

At the request of the city of Genk, Linde Hermans and Noortje De la haye teamed up to design and create a special picnic area in the Molenvijver Park. For them, picnicking means finding a quiet, cosy spot surrounded by nature, spreading out the picnic blanket and enjoying tasty food together. Their initial idea was essentially to designate the city's best picnic spots with flags. However, out of this grew their ultimate creation based on the cliché of picnickers spreading out their chequered blankets to commandeer their chosen spot (hence the name *Camp Carré* or *Camp Chequers* in English).

They also came up with the name and created the branding for the project. The concept was embraced but the city was keen to provide tables and benches for the park's more elderly visitors. The design incorporated a sitting level and a table level while including a nod to the initial idea by way of a surrounding area in the form of an unfolded chequered picnic blanket. The 'blanket' idea was also extended with various patterns - all chequered - being created at various levels in three areas of the park, each with a built-in BBQ.

Large groups and families can sit down and eat together at these picnic spots, bringing different generations together. The table can accommodate up to 20 people plus a wheelchair user, while round about children and young people can stake their claim to a spot in the seating area; the most energetic can commandeer a square of the chess-board pattern on which to spread out a mini-blanket.

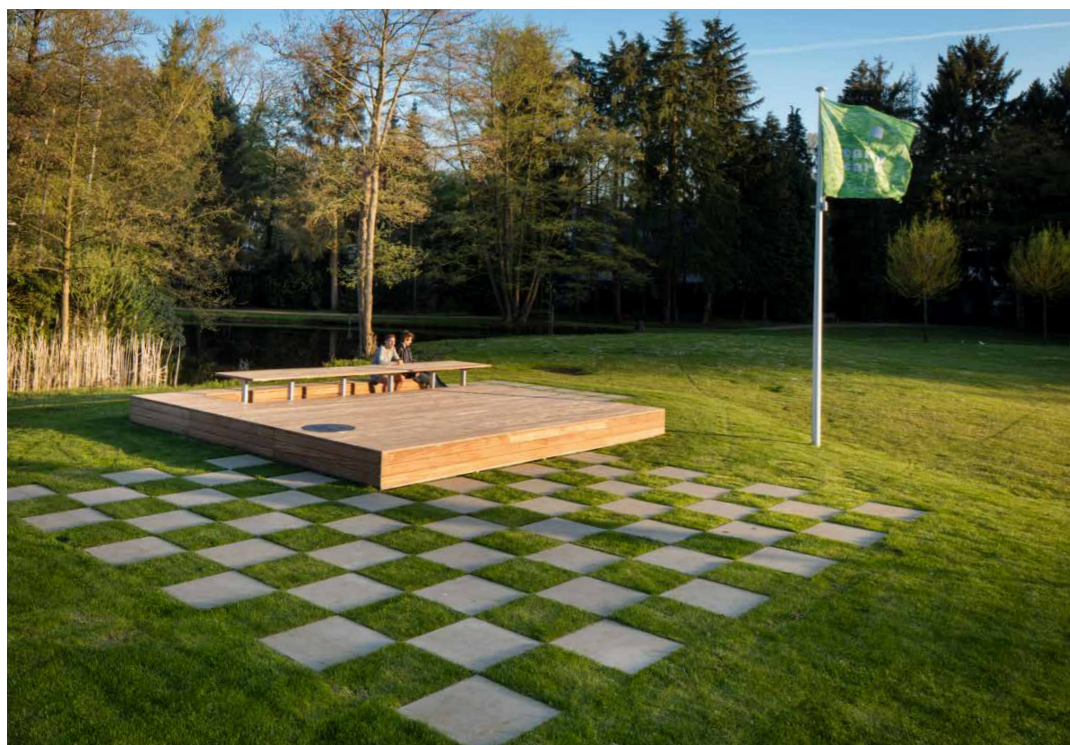


Foto Photo Kristof Vrancken

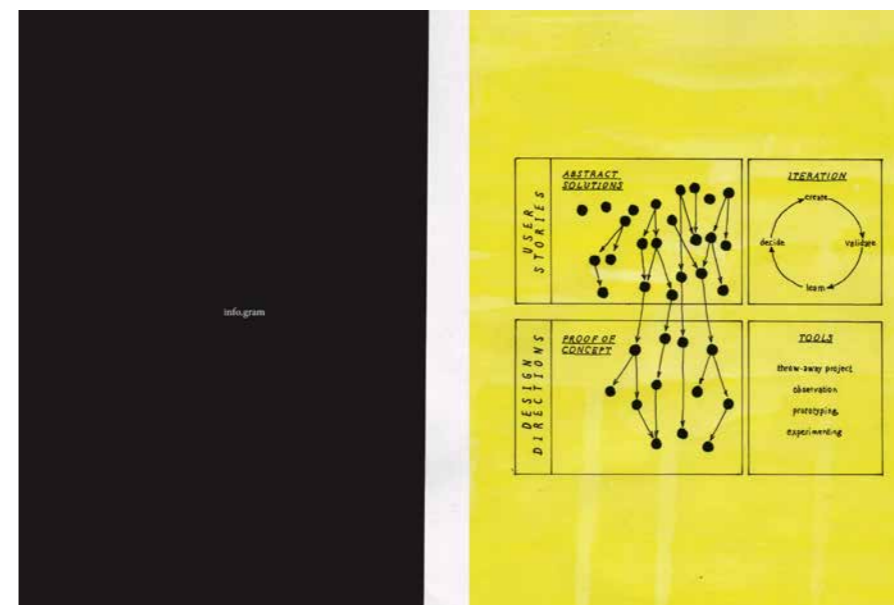
## DESIGN RESEARCH

CREATE MEANINGFUL STUFF  
Boek rond innoveren  
*A new approach to innovation*

Redactie & ontwerp  
*Content & Design*  
Before The Wave (Peter Van Riet & Johan Van Mol)

24 x 18 cm

www.beforethewave.co



Met het boek *Create Meaningful Stuff* richten de ontwerpers Peter Van Riet en Johan Van Mol zich tot bedrijfsleiders, managers, designers, innovators en marketers die een nieuwe aanpak zoeken om te innoveren in een geconnecteerde en geglobaliseerde wereld.

De aanleiding waren enkele vragen die zij zich voor zichzelf hadden gesteld: wat kan de toekomst van een designstudio zijn? Hoe kan je als ontwerper zowel strategisch als creatief van betekenis zijn? En vooral: hoe ontwikkel je als studio betekenisvolle producten en diensten?

Uit de vele gesprekken, brainstorm, discussies, schema's en uiteenlopende ervaringen groeide een aanpak, die een combinatie is van design thinking, innovatiestrategie, product design, service design, digitale en strategische marketing. Innoveren vandaag betekent een radicale ommekeer in de aanpak: alle bestaande regels moeten continu in vraag gesteld worden, er kunnen nog enkel zinvolle oplossingen bedacht worden die bovendien strategisch sterk onderbouwd zijn zodat de ideeën ook vertaald worden naar inkomsten.

Deze radical design aanpak werd neergeschreven in het boek *Create Meaningful Stuff*.

De auteurs willen op een bevattelijke wijze aan de hand van cases en eigen ervaringen managers en ondernemers inspireren en begeleiden in dit veranderingsproces. Het boek is in verschillende hoofdstukken ingedeeld en ook visueel in verschillende niveaus opgevat, die telkens inhoudelijk verder uitgediept worden.

Met *Create Meaningful Stuff* hopen Peter Van Riet en Johan Van Mol vooral bij te dragen aan de relevantie, het vernieuwen en theoretisch onderbouwen van de disciplines design, design research en design thinking.

In the book *Create Meaningful Stuff*, designers Peter Van Riet and Johan Van Mol reach out to business leaders, managers, designers, innovators and marketers looking for a new approach to innovation in a connected and globalised world.

Peter and Johan had been inspired to write the book by some questions they themselves had asked: What is the future for design studios? How can you, as a designer, be meaningful in both strategic and creative terms? And first and foremost: How, as a studio, do you develop meaningful products and services?

Following extensive debate, brainstorming, diagrams and discussion of wide-ranging experiences, an approach emerged which is a combination of design thinking, innovation strategy, product design, service design and digital and strategic marketing. Nowadays, innovating means turning your approach on its head: it is important to always question all the existing 'rules', and additional useful solutions may be identified which are also strategically underpinned in such a way that the ideas can be translated into a financial return.

This 'radical design' approach is described in more detail in *Create Meaningful Stuff*.

The book's authors want to inspire managers and entrepreneurs via both case studies, described in a comprehensible manner, and their own experiences, and to support them through the process of change. The book itself is split into various core chapters, while the images are interpreted in various ways, with further detailed information being provided in each case.

Peter Van Riet's and Johan Van Mol's hope is that *Create Meaningful Stuff* will help first and foremost to make the disciplines of design, design research and design thinking more relevant, refresh them and underpin them with solid theory.



DISARMING DESIGN  
FROM PALESTINE

Inclusief Designlabel met  
Palestijnse gebruiksvoorwerpen  
*Inclusive designlabel with  
useful contemporary products  
Palestine*

Ontwerp Design  
Annelys de Vet, i.s.m. Mohammad  
Saleh, Sami Khaldi, Ghadeer Dajani,  
Wisam Hourani en May Marei  
Opdrachtgever Client  
Disarming Design from  
Palestine (DDFP)

www.bureaudevvet.be  
www.disarmingdesign.ps

Disarming Design from Palestine (DDFP) wil alternatieve verhalen brengen over Palestina nu en wil reflecteren over de functie van creatieve praktijken in conflictsituaties. Het platform ontwikkelt, toont en verkoopt hedendaagse designobjecten uit Palestina, ontworpen door hedendaagse designers, kunstenaars en studenten in samenwerking met lokale producenten en ambachtslui.

Tijdens verschillende creatie-workshops gaan de deelnemers in een verrijkende designdialoog met opkomende ondernemingen en internationale collega's. Ze ontwikkelen nieuwe gebruiksvoorwerpen, gebaseerd op bestaande productietechnieken. Aan de hand van creatieve processen focust DDFP op de ontwikkeling van lokale ontwerpen en productietechnieken. Door het stimuleren van interdisciplinaire samenwerkingen worden nieuwe modellen van artistieke praktijken versterkt.

De collectie wordt zowel in tentoonstellingen als online getoond en verkocht. De producten vertellen over het huidige leven in de Palestijnse gebieden. Het zijn 'narratieve objecten' die naast hun functionaliteit vooral ook een verhaal vertellen. Ze reflecteren op zowel de kwaliteiten als de complexiteiten en onmogelijkheden van het leven in de Palestijnse gebieden.

De producten brengen niet enkel alternatieve verhalen over Palestina maar doen ook nadenken over de functie van creatieve praktijken in conflictsituaties. Kunst en design worden in dit project gebruikt als krachtige tools die een politieke, sociale en culturele discussie op gang kunnen brengen binnen een gemeenschap. Het zorgt voor een designdiscours en investeert in het creatieve potentieel van mensen. Het biedt een antwoord op hoe creatieve praktijken kunnen bijdragen tot een duurzame maatschappij en een economie die de mens centraal stelt.



Disarming Design from Palestine (DDFP) wants to spread alternative narratives about contemporary Palestine and reflect upon the function of creative practices in situations of conflict.

DDFP develops, presents and sells useful contemporary design pieces from Palestine, designed by contemporary designers, artists and students in collaboration with local producers and artisans.

During several create-shops the participants engage in an enriching design dialogue with small emerging businesses and international colleagues. They develop new useful products out of existing production processes. Disarming Design from Palestine focuses on the development of local design and production capacity through creative processes. By stimulating interdisciplinary working relationships new models of artistic practices and handcrafts are empowered.

The collection of products is presented and sold through exhibitions and online. The products spread alternative narratives about contemporary Palestine and reflect upon the function of creative practices in situations of conflict. In this project, art and design are deployed as powerful tools that allow serious discussions within a community about the political, social and cultural realities. It catalyses the development of design as a discourse and invests in the creative potential of the people. Or with other words; how can creative practices contribute to a more sustainable society and human-centred economy?

Disarming Design's products all seek to tell a story about what life is like in the Palestinian territories today. The products are 'narrative objects' which, aside from being functional, also tell a story.

Disarming Design's products embody the characteristics of life in the Palestinian territories as well as its complexities and, frequently, the impossibilities involved in living there.

OVAM  
ECODESIGN  
PRO

ETAP LED LICHTLIJNSYSTEEM  
LED lichtlijnsysteem voor  
grote oppervlakten  
*LED continuous-row lighting  
system for large areas*

Ontwerp Design  
Maxime Szyf en Heutzin Deraet  
(MAXIMALdesign)  
Opdrachtgever Client  
ETAP nv

Diverse afmetingen mogelijk  
*Available in range of sizes*

www.maximaldesign.com  
www.etaplighting.com



© ETAP

ETAP vroeg aan MAXIMALdesign om een led-lijnverlichting te ontwerpen voor grote oppervlakten. Het nieuwe ontwerp moest de nieuwste led-technologie combineren met een unieke lenstechnologie voor een grotere lichtopbrengst en een egalere lichtverdeling. ETAP stelde hiervoor strikte eisen naar productietechniek, plaatsingsvereisten, modulaire opbouw, flexibele lichttechniek, kostprijs, duurzame vormgeving en verantwoord materiaalgebruik, mét een ETAP-signatuur.

Het led-lichtlijnsysteem heeft een compact volume en dus een beperkt materiaalgebruik.

De reeks werd specifiek ontworpen voor een efficiënte verlichting van grote, hoge ruimtes zoals magazijnen, productiehallen, werkposten, winkelrekken en sporthallen. Ze koppelen een hoge lumenoutput aan een hoog rendement en een laag energieverbruik.

De led-lijnverlichting maakt gebruik van innovatieve lenstechnologie, de DUAL-LENS™-technologie. De unieke oppervlaktestructuur van deze lineaire lens creëert een dubbel effect: breed- én diepstralend, maar ook asymmetrisch én dubbel asymmetrisch voor de gerichte verlichting van verticale vlakken zoals werkposten en winkelrekken.

De medium power LEDs combineren een hoge efficiëntie met een laag verbruik en een lange levensduur. Dankzij hun keramische vulling, blijven ze ook bij hoge temperaturen bijzonder stabiel: na 50.000 uren behouden ze tot 98% van hun lichtsterkte.

Meteen na de lancering op de markt is de lichtlijn op een aantal werven geplaatst, onder meer omdat er door de nieuwe led-technologie aanzienlijk kan bespaard worden op de elektriciteitsfactor, terwijl de lichtopbrengst en het visueel comfort beter is dan de klassieke TL-verlichting.



© ETAP

ETAP asked MAXIMALdesign to design an LED continuous-row lighting system for use in large areas. The new design was to combine the very latest LED technology with a unique lens technology to provide enhanced luminosity and more balanced light distribution. ETAP also had strict requirements in terms of production methods, siting, a modular structure, flexible lighting technology, cost price, sustainable design and responsible use of materials, that go along with ETAP's signature.

The LED continuous-row lighting system is compact and thus does not require large amounts of materials.

The range has been specifically designed to provide efficient lighting in large, high-ceilinged areas such as warehouses, manufacturing facilities, workstations, shop shelving and sports halls. It combines a high lumen-output with superior performance and low energy-consumption.

LED continuous-row lighting utilises innovative DUAL-LENS™-technology. The single surface structure of this linear lens creates a double effect: substantial light breadth and depth, as well as asymmetrical and double-asymmetrical beams to provide suitable lighting for vertical areas such as workstations and shelving.

The medium-power LEDs combine high efficiency with low energy-consumption and a long lifespan. Their ceramic-fibre filling ensures that they remain very stable even at high temperatures: for example, after 50,000 hours their lighting power will still be up to 98%.

Immediately following its market launch, the system was installed at a number of sites, not least because the new technology offers considerable savings on electricity costs, and superior luminosity and visual comfort compared with conventional TL lighting.



## HASPENCUBES

Vuurpot voor fruitplantages  
*Brazier for fruit plantations*

Ontwerp *Design*

Boonen Design Studio (Frédéric Boonen)

Opdrachtgever *Client*  
Haspenwood

20 × 20 × 20 cm

[www.boonendesignstudio.be](http://www.boonendesignstudio.be)  
[www.haspenwood.com](http://www.haspenwood.com)

Om de temperatuur op de fruitplantages in de winter te laten stijgen worden blikken brandende parafine geplaatst zodat de knoppen aan de bomen niet aanvriezen. Na het uitbranden moeten de lege blikken opgeruimd worden. Bart Dooms van Haspenwood vroeg aan Frédéric Boonen een vuurpot te bedenken die volledig opbrandt en ook efficiënt is. Frédéric ontwikkelde de *Haspencube* waarbij de grondstof appelhout uit eigen streek komt.

Vanuit een mengeling met appelhout en parafine is een product ontworpen dat volledig uitbrandt en dus geen ophalen vereist. De vuurpot kreeg de vorm van een kubus om deze efficiënt te produceren, te stapelen en te behandelen op het veld. De matrijs wordt ambachtelijk gevuld en geperst. Een centraal gat in de vuurpot verzekert de luchttoevoer van het vuur en de grijze kartonwikkels rond de vuurpot voorkomen afbrokkeling, maakt de vuurpot vochtbestendig en zorgt voor een betere en vaste verbranding. Alle vuurpotten worden efficiënt gestapeld op een europallet.

To raise the temperature on fruit plantations during the winter, tins of burning paraffin are used to prevent buds on fruit trees from freezing. Once the paraffin has burned out, the empty tins need to be collected. Bart Dooms from Haspenwood asked Frédéric Boonen to design a brazier that would combust completely but that was also efficient. Frédéric came up with the idea of the *Haspencube* using the raw material apple wood which is abundantly available in the region.

Mixing the apple wood and paraffin produces a product which combusts completely, thereby eliminating clean-up. The braziers are cube-shaped to enable them to be produced, stacked and handled out on the plantation. The mould is filled and compressed by hand. A hole in the centre of the brazier ensures airflow, while the grey cardboard wrapping around the brazier prevents it from disintegrating, protects it against moisture and encourages better, more robust combustion. All braziers are stacked efficiently onto a euro pallet.



Fotos Photos Erik Meylemans



## IMAGINAIR RLV

Residentieel ventilatierooster  
*Air valve for residential properties*

Ontwerp *Design*

Grada R&D (Michiel Baert en Jeff Stubbe)

Opdrachtgever *Client*  
Grada International nv

9,4 × 10,9 × 10,9 cm

[www.grada.be](http://www.grada.be)

*Imaginair RLV* staat voor 'Imagin-air Residentieel Lucht Ventiel'. Het gaat om een ventilatierooster voor huizen en kantoren dat de juiste hoeveelheid verse, verwarmde of gekoelde lucht aan- of afvoert. Het ontwerpteam heeft bijzondere aandacht besteed aan het geluidsniveau, energieverlies, een discrete, hedendaagse vorm en eenvoud van monteren. Door een systeem van veren of een ring kan het zowel in nieuwbouw als in renovaties geplaatst worden.

Het ventilatierooster bestaat in verschillende uitvoeringen. Er is ook een primerversie die door de klant in de gewenste kleur kan geschilderd worden, zodat het rooster opgaat in de omgeving.

De *Imaginair RLV* speelt in op de steeds groeiende nood aan (mechanische) ventilatie in de woning voor een optimale luchtkwaliteit. Hierdoor ontstaat de nood voor roosters met lage luchtweerstand en een laag geluidsniveau. Het ventilatierooster biedt ook een economisch en architecturaal alternatief voor de vaak zeer zichtbare en vergeelde "toiletventielen" en voldoet aan de steeds strenger wordende energieprestatienormen.

Door een doorgedreven iteratie op de geometrie van het residentieel ventiel is bij de *Imaginair RLV* de drukval, die de energieverliezen van een ventilatiesysteem bepaalt, verminderd tot wel 50% ten opzichte van de oplossingen van de concurrenten. Door de verlaagde weerstand is het toestel ook veel stiller, waardoor dit product kan geplaatst worden in bureaus, slaapkamers en woonkamers. En dankzij de dubbele lipdichting heeft de *Imaginair RLV* de hoogste luchtdichtheidsklasse.

*Imaginair RLV* - is short for Architectural Residential Air Valve. They involve air valves for homes and offices which lets just the right amount of fresh, warm or cool air in or out. The design team focussed specifically on noise levels, energy loss, and a discrete, contemporary shape which is also easy to fit. Using a spring- or ring-based mounting system, *Imaginair RLV* can be installed in both new-builds and renovated homes/offices.

The air valve comes in a variety of designs. An unpainted model is also available which customers can paint whatever colour they wish to match their décor.

*Imaginair RLV* answers the growing residential demand for mechanical ventilation that provides the best possible air quality. This type of system requires a valve with low air-resistance and a low noise level. *Imaginair RLV* was also keen to offer an economical and aesthetically pleasing alternative to extractor fans which are difficult to conceal and frequently turn a yellowish colour over time, as well as to comply with increasingly stringent standards as regards energy consumption.

Using an in-depth prototype-design phase on the shape of residential valves, *Imaginair RLV* has managed to reduce the pressure drop (essentially the air 'resistance' and determines the level of energy loss within the ventilation system) by up to 50% compared with the solutions available from its competitors. Its lower air resistance means that the unit is much quieter and can thus be installed in offices, bedrooms and living rooms. And thanks to its double lip seal, *Imaginair RLV* is also in the top category for air-tightness.

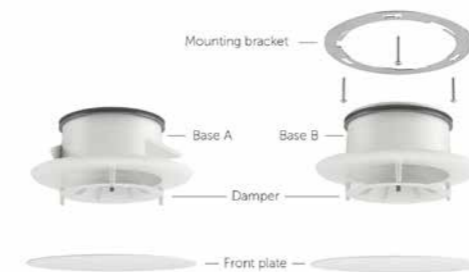


Foto Photo Aaron Lapeirre



INGA WELLBEING  
Kledij voor zorgpatiënten  
*Clothing for hospital patients*

Ontwerp *Design*  
Fiona Mc Greal  
Opdrachtgever *Client*  
INGA Wellbeing i.s.m. Gysemans  
Clothing Industry, Innovatie  
Centrum, Alsico NV, Philippe Buck,  
Solvay, Jacques Peeters, Jules  
Bordet Institute

www.ingawellbeing.com

INGA Wellbeing is een collectie aangepaste, comfortabele en toch stijlvolle en aantrekkelijke kleding ontworpen voor zorgpatiënten. De collectie bevat bloesjes, truien, kleedjes, broeken en pyjama's discreet voorzien van openingen voor drains of van panden die gemakkelijk kunnen worden verwijderd voor een medisch routineonderzoek of behandeling. In tegenstelling tot de bestaande en nogal stigmatiserende operatiekleedjes laat de INGA Wellbeing kleding de patiënt volledig in zijn waardigheid. Zij kunnen in deze kleren behandelingen ondergaan of een onderzoek laten uitvoeren zonder zich geheel of gedeeltelijk te moeten laten ontkleden door het verplegend personeel, hetgeen als erg vernederend en ongemakkelijk wordt ervaren. Bovendien hoeven ze zich in gezelschap ook niet beschaamd te voelen.

De kleren zijn gemaakt in natuurlijke, zachte en elastische stoffen. Het gevoel van welbehagen heeft ongetwijfeld positieve impact op zowel het mentale als het fysieke herstel.

De INGA Wellbeing zorgkleding is voor alle situaties en stadia van de ziekte geschikt. De kleren worden bovendien geproduceerd bij Gysemans Clothing Industry, een marktleider in zorgkleding, die overtuigd van het concept al zijn kennis, contacten en productiecapaciteit inzet in dit verhaal.

De ontwikkeling gebeurde verder ook i.s.m. het Innovatiecentrum, Alsico NV, Philippe Buck, Solvay, Jacques Peeters en het Jules Bordet Instituut en werd ondersteund met een *bourse de préactivité* van het Waalse Gewest.

Vanuit de medische wereld kreeg dit project eveneens veel bijval. Op 25 mei 2016 werd het aan de UGent bekroond met de tweede PRoF Award voor het beste Europese zorgidee. Het is ook de bedoeling om smart en nanotechnologie in de kleding te verwerken. Het is nu ook mogelijk een bewegingssensor te integreren in de kleding.

INGA Wellbeing is a collection of practical, comfortable yet stylish and attractive clothing for hospital patients. The collection includes smocks, pull-overs, dresses, trousers and pyjamas all featuring discreet openings for drains or panels which can be removed easily for routine medical examinations to be performed or to administer treatment. In contrast to the somewhat stigmatising operating gowns currently used, INGA Wellbeing clothing enables patients to maintain complete dignity. They can continue to wear it while being examined or undergoing treatment and without having to be partially or fully undressed by nursing staff, which can be an extremely humiliating and unpleasant experience. Neither do patients need to feel embarrassed in the company of others. The garments are made of natural, soft stretch fabrics. There is no doubt that patients' feeling of wellbeing positively impacts both their mental and physical recovery.

The INGA Wellbeing range of hospital clothing can be used in all situations and is suitable for patients at every stage of their treatment. The garments are produced by a market leader in hospital clothing which is fully behind the concept and is using all its knowledge, contacts and production capacity to drive the idea forward.

Many medical professionals have also expressed their support for the project. On 25 May 2016 it won the ProF Award for best European innovation in a medical care setting at Ghent University for the second time. Looking ahead, the aim is ultimately to be able to integrate smart- and nanotechnology into the clothing. In this respect, it is also possible to integrate a movement sensor.



Fotos Photos Les Marquises © INGA Wellbeing

BETTER HEALTH  
DESIGN  
RESEARCH

DE MAGGIE SHELTER  
Duurzaam noodgebouw  
*Sustainable shelter*

Ontwerp *Design*  
DMOA architecten bvba  
(Benjamin Deneff, Matthias  
Mattelaer, Bart Peeters, Kjell  
Keymolen, Inge Stuyckens)  
Opdrachtgever *Client*  
Maggie i.s.m. KULeuven, Centexbel,  
Vermako, Vervaeke, Fedasil, Agent-  
schap Innoveren & Ondernemen en  
Flanders Investment & Trade

18,6 x 6,6 x 5 m

www.dmoa.be  
maggie-program.org



Foto Photo Benjamin Deneff

Wereldwijd zijn 60 miljoen mensen op de vlucht. Het vluchtelingenprobleem wordt vaak als tijdelijk beschouwd maar cijfers van de Verenigde Naties tonen aan dat deze mensen gemiddeld bijna 12 jaar in vluchtelingenkampen of informele nederzettingen verblijven. Slechts 1 op 3 kinderen hebben toegang tot onderwijs en vaak is dit de enige uitweg in deze uitzichtloze situaties. Alle organisaties erkennen de nood aan goed geïsoleerde, multifunctionele, veilige en duurzame gebouwen voor scholen, opleidingscentra, medische centra, civiele bescherming en temperatuur-gecontroleerde opslag. Samen met experts van diverse leidende organisaties bracht DNOA alle tekortkomingen en uitdagingen in kaart en formuleerde in totaal 30 verschillende criteria.

Er kwamen enkele testfasen, waarvan één met een concrete bestemming voor Fedasil als uitbreiding van het bestaande opvangcentrum voor minderjarige vluchtelingen in Steenokkerzeel. De finale vierde versie is klaar in juni 2016. Ondertussen werkt DNOA samen met partners op concrete projecten voor DRC Congo.

De Maggie Shelter is de oplossing waar vaste constructies niet mogen, gewenst of praktisch zijn. Deze is snel op te zetten en te verplaatsen, modulaair, polyvalent en aanpasbaar aan de seizoenen. Ze heeft een hoge energieprestatie en weerstaat aan een hard klimaat en aan stormen. Deze kwaliteiten zijn er omdat de constructie voorzien werd van een dubbele wand uit aluminium en zeildoek die volledig opgevuld kan worden met lokale materialen zoals zand, organische stoffen, gerecycleerd plastic afval en isolatiematerialen.

De Maggie ziet eruit als een grote tent maar heeft de voordelen en functionaliteit van een vast gebouw. De 105m2 grote en duurzame constructie kan voor de prijs en het gewicht van een modeste gezinswagen. Ook buiten de humanitaire sector is de Maggie waardevol in afgelegen en conflictregio's.

DMOA richtte een breder platform op, Maggie Program, dat verder wil inzetten op innovatie voor sociale noden. De samenwerking met een consortium van ingenieurs en architecten (DMOA), de academische wereld (KUL en CENTEXBEL), producenten (VERMAKO en VERVAEKE) en de overheid (Fedasil, IWT, FIT) blijft behouden. De sleutel tot het succes van innoveren is het orkestreren van complementaire expertise en krachten.

Some 60 million people worldwide are refugees and figures show that such individuals spend an average of 12 years in refugee camps. Good healthcare and access to education are priority fundamental rights for them, and they are frequently the only way in which they are able to continue to see some future for themselves in what are often hopeless situations. High-quality, safe and durable structures are needed in which to be able to provide these services. In view of these social needs and once the technical shortcomings of current solutions had been identified and the 30 core criteria formulated, development of new solutions began in 2014.

There have been various pilot phases, including a specific one for Fedasil as an extension to its existing reception centre for refugee children in Steenokkerzeel. The fourth and final version was unveiled in June 2016. In the meantime DNOA is together with partners working on concrete projects for DRC Congo.

The Maggie Shelter was a temporary, fast-to-erect structure but one which offered all the benefits of a permanent building (robust, safe, insulated, sustainable, long lifespan, etc.). The structure has a double wall comprising aluminium and tarpaulin which can be filled in completely with whatever material is available locally, such as sand and insulation.

Aside from the context of humanitarian aid, there are potential applications for the shelter in other sectors, too, in which temporary, fast-to erect yet environmentally-friendly solutions are required for capacity building. DMOA has set up a broader platform, the Maggie Program, which is designed to identify social needs and then, via a consortium of engineers and architects (DMOA), academic institutions (KUL and CENTEXBEL), manufacturers (VERMAKO and VERVAEKE) and the authorities (Fedasil, IWT, FIT), try to come up with solutions for areas in which they are most urgently needed. Bringing together complementary expertise as the key to innovation.



## MARTA

Lokale markt met directe band tussen producent en gebruiker  
*Local market with direct link between producer and consumer*

## Ontwerp Design

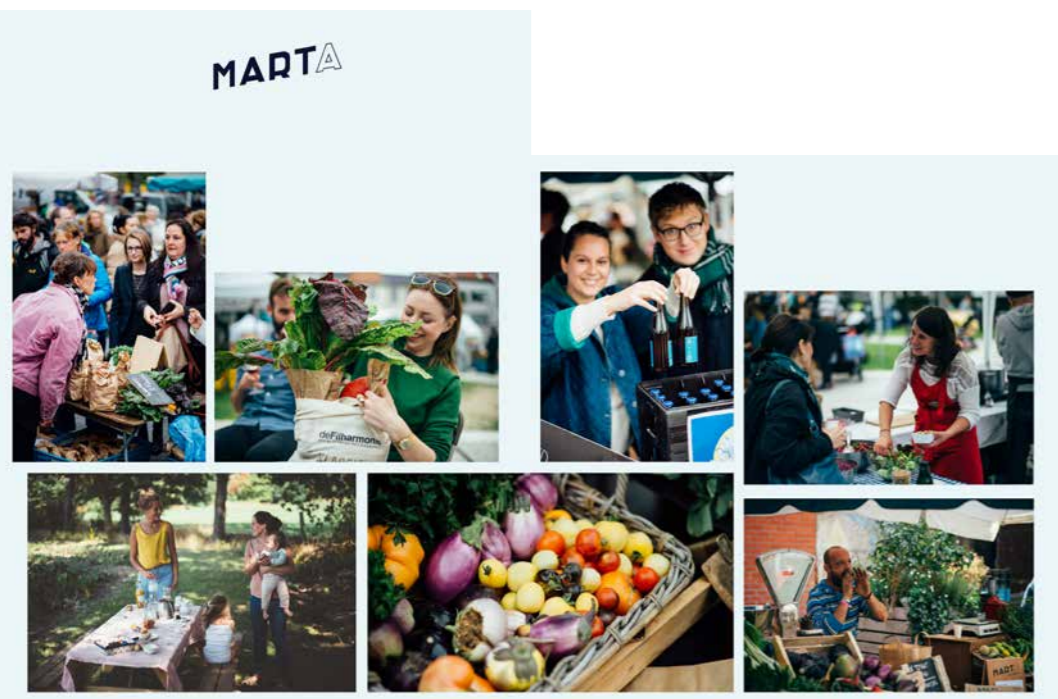
ONDERGROND vzw (Ellen Pijl, Sophie van Haasen, Caroline Huyghe, Daphne Pascual) met de steun van de Provincie Antwerpen, Stadslab 2050 en Born in Antwerp

[www.onder-grond.be](http://www.onder-grond.be)

MARTA is meer dan een traditionele markt, het is de enige markt in Antwerpen waar kleinschalige boeren en verwerkers van lokale producten, chefs en nieuwsgierige genietters samenkomen. Het is vooral vanuit de curiositeit van de mensen van Ondergrond vzw naar het boerenverhaal en het onderzoek naar de oorsprong van producten dat dit initiatief gegroeid is. Geïnspireerd door de Amerikaanse farmersmarket en de Spaanse mercado en met een sterk geloof in samenwerkingen en een passie voor vraagstukken onderzoeken Ellen Pijl, Sophie van Haasen, Caroline Huyghe en Daphne Pascual de nieuwe mogelijkheden van de stad.

De initiatiefnemers willen sensibiliseren en informeren, door participatie en samenwerking tussen de kramers en chefs te stimuleren om nieuwe producten en gerechten te creëren en door het publiek te inspireren. Inspelend op de vraag naar lokale, eerlijke en gezonde voeding binnen de stad, komt de consument op MARTA direct van de producent alles te weten over het waar, hoe en wat van het eten, meestal van minder gekende variëteiten groenten en fruit waarvan kan geproefd worden bij de gratis kookdemo's. Ook recepten zijn beschikbaar. Chefs bieden een ontbijt aan met de producten van de kramers en ook na verkoop experimenteren ze met de overschotten en kan er opnieuw aan tafel geschoven worden.

Op die manier wil MARTA niet alleen eerlijke prijzen voor de boeren en verwerkers via de korte ketenaanpak stimuleren, ze wil ook inzetten op het sluiten van cirkels met een 'niets-gaat-verloren' attitude. Via een herkenbare huisstijl en logo wil MARTA laagdrempelig en toegankelijk zijn voor iedereen. Aan de hand van flyers communiceert MARTA over haar komende edities en op facebook worden de verhalen van de boerenbezoeken en samenwerkingen gedeeld.



MARTA is more than a traditional market: it is the only market in Antwerp bringing together small-scale farmers and makers of local products, chefs and curious connoisseurs alike. The initiative was largely borne out of the curiosity of people at Ondergrond vzw in farmers' stories and an interest in where the products they buy come from. Inspired by the American farmers' market model and the Spanish *mercado*, and with a solid belief in forging cooperation and a passion for investigating pertinent issues, Ellen Pijl, Sophie van Haasen, Caroline Huyghe and Daphne Pascual are seeking out the new opportunities the city has to offer.

In response to the demand for local, honest and healthy food in the city, consumers at MARTA can find out everything about what they are eating, where it has come from and how it has been made, all direct from the producer; they can also sample lesser-known varieties of fruit and vegetables at the free cooking demonstrations, and take recipes away to try at home.

Those behind the MARTA initiative want to raise awareness and inform people by fostering participation and cooperation between vendors and chefs to create new products and dishes, and by inspiring the public. Chefs offer breakfast made with products from the vendors and once the market has ended go away and experiment with the surplus produce, creating new dishes to serve. In this way, MARTA wants not only to secure fair prices for farmers and makers by supporting a short supply chain, but also to focus on closing circles by adopting a 'waste not, want not' approach. With an attractive, easily recognisable identity and logo, MARTA wants to be approachable and accessible to everyone. MARTA advertises its upcoming markets by way of flyers, while its Facebook page contains reports on visits to farmers and information about cooperation partnerships.

## MEMORY STONE

Betonnen urnen en grafstenen  
*Concrete urns and gravestones*

Ontwerp Design  
Axel Enthoven  
Opdrachtgever Client  
Memory Stone (Serax)

25 × 70 × 55 cm  
30 × 140 × 78,5 cm  
30 × 180 × 78,5 cm

[memorystone.be](http://memorystone.be)



Foto Photo Hans Fonc

Elke uitvaart is bijzonder en uniek en herdenken na een overlijden kan op verschillende manieren. Vanuit deze beleving ontwikkelde Axel Enthoven de collectie grafstenen en urnen voor Memory Stone, een dochterbedrijf van Serax.

Behalve dat de modellen geschikt zijn voor een begraafplaats of een urnen herdenkingsplaats, is het mogelijk om de urnsteen bij een grafsteen te combineren. Op deze manier is het mogelijk om de individuele wens van de persoon te respecteren en eren en toch een eenheid te vormen en te blijven na het overlijden. De kleinste *Memory Stone* is ook geschikt als gedenkteken op een natuurbegraafplaats.

De steen vergt geen onderhoud zodat de natuur zich mooi rond de steen heen kan ontwikkelen. Het graf met de steen zal door de jaren heen één worden met de natuur.

De *Memory Stone* modellen bestaan uit drie maten grafstenen en twee urnstenen, elk model te verkrijgen in de kleuren kiezelsteen wit, grijs en antraciet. Ze zijn gemaakt van lichtgewicht beton, speciaal voor Memory Stone ontwikkeld door een groep betonspecialisten.

"Of het leuk is voor een ontwerper om een grafsteen te ontwerpen, weet ik nog niet; boeiend is het zeker en als je tot een rationele oplossing komt, is het des te beter", aldus Axel Enthoven. "Als je het uiteindelijke ontwerp zo maakt dat het zelfreinigend is en onderhoudsvriendelijk, als het eenvoudig en snel te plaatsen is, als het solide en stabiel is, als het eenvoudig en natuurlijk lijkt en als het in alle omgevingen past en ook nog tijdloos is, ben je al een hele stap verder. Vanuit de emotionele zijde moet het een knipoog zijn naar diegene die je moet achterlaten. De eenvoudige en uitgepuurde vorm symboliseert de verdiende rust. Bescheiden maar aanwezig, iconisch zonder verwaandheid. Geïnspireerd door de natuur en met respect ontworpen."



Every funeral is special and unique and remembrance after death can come in many ways. It was from this experience that Axel Enthoven developed the collection of headstones and funerary urns for Memory Stone, a subsidiary of Serax.

The models are suitable for a cemetery or an urn memorial, and an urn stone can be combined with a headstone. This makes it possible to respect and honour the individual wish of the person and to form a lasting unit after death. The smallest *Memory Stone* is also suitable as a memorial for a natural burial.

It requires no maintenance with the result that nature can develop nicely around the stone. The grave with the stone will become one with nature over the years.

The *Memory Stone* models are available in three sizes of headstones and two urn stones. Each model is available in three colours: pebble white, grey and anthracite. They are made of lightweight concrete, developed specially for Memory Stone by a group of concrete specialists.

"I do not know whether designing a headstone is enjoyable for a designer, but it is certainly fascinating, and when it leads to a rational solution, it is all the better," Axel Enthoven says. "If you design in such a way that the final design turns out to be self-cleaning and maintenance friendly, if it is simple and easy to place, if it is solid and stable, if it looks simple and natural, and if it fits in all environments while still being timeless, then you have made a major step forward. From the emotional side, it must be a nod to those you have to leave behind. Simple and pure in form as a symbol of deserved rest: modest but present, iconic without conceit, inspired by nature and designed with respect."



QUE ONDA VOS  
Tapijtencollectie  
Carpet collection

Ontwerp *Design*  
Hanne De Wyngaert (Internia)  
Opdrachtgever *Client*  
QUE ONDA VOS i.s.m.  
Y'abal Handicrafts

85 x 140 cm  
wol wool

www.hannedewyngaert.com  
www.queondavos.eu

QUE ONDA VOS is een samenwerking tussen de Belgische ontwerpster Hanne De Wyngaert en de Guatemalteekse World Fair Trade organisatie Y'abal Handicrafts.

Vooraleer Hanne in 2013 naar Guatemala vertrok vanuit het idee om producten te gaan ontwerpen en ontwikkelen met een sociale impact, was ze in contact gekomen met Y'abal Handicrafts. Deze organisatie biedt ondersteuning aan Maya-vrouwen op het Guatemalteekse platteland, door van een traditioneel onderdeel van hun dagelijkse leven, hun weefkunst, een solide bron van inkomsten te maken. Y'abal Handicrafts doet dit inmiddels al voor zo'n 70 vrouwen die wonen in vier gemeenschappen. De meerderheid van hen leeft in extreme armoede. De weefsters krijgen een eerlijk loon voor het werk dat ze uitvoeren. Tegelijkertijd behoudt en promoot Y'abal Handicrafts een eeuwenoude traditie, die door massaproductie dreigt te verdwijnen.

Na talloze gesprekken en voorbereidingen richtte Hanne samen met Y'abal Handicrafts het project QUE ONDA VOS op (Guatemalteekse street slang voor 'Yo, what's up?'). Het label staat voor een versmelting van de Maya-traditie met de Westerse cultuur en voor eerlijke handel en ontwikkelt producten zoals tassen, sjaals en tapijten, volledig handgemaakt door de Maya-weefsters.

Het ontwerp van de producten is niet enkel van Hanne maar is het resultaat van dialoog, samenwerking en interactie tussen twee culturen. Voor de nieuwe ontwerpen experimenteert Hanne met het aanbrengen van veranderingen in de structuur van het proces. Het volledige proces van de ontwikkeling van de tapijten gebeurt handmatig met enkel natuurlijke materialen, planten en mineralen.

Hanne De Wyngaert studied fashion at the Royal Academy of Fine Arts in Antwerp. She also co-founded and was co-designer for the Belgian design label Ti + Hann between 2007 and 2012. Thereafter, Hanne began to focus on designing and developing products which would have a social impact on the communities producing them.

In 2013, she travelled to Guatemala and set up the design label QUE ONDA VOS. Through QUE ONDA VOS, she develops hand-woven products in partnership with the indigenous population. Using their traditional spinning and weaving techniques, combined with natural materials and painting techniques she has been able to raise awareness about responsible consumption. In this way, QUE ONDA VOS keeps alive and promotes the centuries-old weaving traditions of the Maya people - a practice that mass production threatens to make extinct. The initiative has also created jobs for people in indigenous communities with guaranteed fair pay.

For her new designs, Hanne is experimenting with some changes to the way in which the process is structured.

QUE ONDA VOS represents respect: respect for people and nature. Hanne De Wyngaert works with Mayan weavers in Guatemala to design and produce rugs.

The entire development process of the rugs is done by hand using a selection of natural materials, plants and minerals.



Ayahuasca Stone



Indigo



Sin Fin



Momo

Foto Photo Mathias Hannes © Que Onda Vos

OVAM  
ECODESIGN  
PRO

RE—DO  
Unieke, handgemaakte  
producten uit misprints  
van drukkers  
*Unique, handmade items out  
of waste printer paper*

Ontwerp *Design*  
Linde Luyten & Tille Lingier  
Opdrachtgever *Client*  
RE-DO

www.redopapers.com



Foto Photo Arno de Poeter © Redopapers

Linde Luyten en Tille Lingier, allebei grafisch vormgever, ontwikkelden vanuit hun liefde voor papier, experiment, ambacht en design een bijzondere kijk op het hergebruik van restmaterialen. Samen richten ze RE-DO op en ontwerpen en maken voor dit label met de 'misprints' van de drukkerijen unieke, handgemaakte producten.

Het drukproces bij drukkerijen resulteert in een hoop papieroverschotten, bedrukt en onbedrukt. Gepassioneerd door ambachtelijk werken met papier, typografie en mooi, tastbaar design, onderzoekt RE-DO manieren om dit papier te verwerken tot unieke, handgemaakte designproducten zoals to-do lijsten, weekplanners, agenda's en andere papieraccessoires.

Maar Linde en Tille willen meer. Ze willen heel lokaal werken en er ook een sociaal en educatief project van maken. Ze geven jongeren van het buitengewoon secundair onderwijs de kans om werkervaring op te doen. Zo werken ze met succes samen met de leerlingen van het Koninklijk Orthopedagogisch Centrum Antwerpen vzw die de papieroverschotten sorteren en ondervindelen.

Ook richt RE-DO workshops in waarbij de cursisten aan de slag gaan met eigen gerecycled papier en zo ecologisch leren denken. Ze geraken vertrouwd met de basis van het boekbinden en met werkwijzen om thuis te experimenteren met oud papier.

RE-DO was established a year ago by Antwerp-based graphic designers Linde and Tille, and produces unique, handmade items out of waste printer paper.

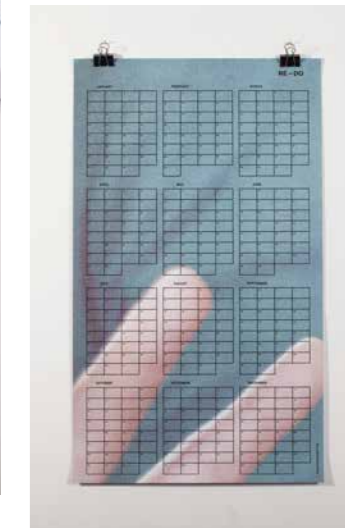
The printing process in print shops produces a mountain of waste paper, both printed and blank. Passionate about artisanal papercraft, typography and attractive, tactile design, RE-DO researches methods for turning this waste paper into unique, hand-made design products such as to-do lists, weekly planners, diaries and other paper accessories.

RE-DO expresses its perspective on recycling waste material and its love of paper, experimenting, design and all things artisanal in as many different ways as possible.

What's more, RE-DO also offers young people in special-needs secondary education the opportunity to gain work experience. For example, the company has built a successful partnership with the non-profit Royal Antwerp Orthopedagogical Centre (KOCA) giving pupils the task of sorting and categorising waste paper.

The company also runs workshops in which participants recycle their own waste paper, learning basic bookbinding and techniques they can try out at home using old paper.

RE-DO works exclusively with local companies, looking to find new ways of using waste paper. It does this by selling designer products as well as by leading workshops to pass on tips on how to be environmentally friendly.





**ROTOR DECONSTRUCTION**  
Ontmanteling en hergebruik van interieurelementen uit de voormalige hoofdzetel van BNP Paribas Fortis aan de Warandeberg (2014-2016)  
*Dismantling and reuse of interior fittings at the former headquarters of BNP Paribas Fortis on Warandeberg (2014-2016)*

**Ontwerp Design**  
Rotor (Maarten Gielen, Tristan Boniver, Lionel Devlieger, Michaël Ghyoot, Benjamin Lasserre, Melanie Tamm, Renaud Haerlingen, Lionel Billiet and Sophie Seys)  
**Opdrachtgever Client**  
Rotor Deconstruction

www.rotordc.com



© Rotor

De ontmanteling van het interieur uit de voormalige hoofdzetel van de Generale Bank, nu BNP Paribas Fortis, en het hergebruik van sommige elementen in nieuwe projecten betreft één van de belangrijkste operaties tot nu van Rotor Deconstruction, een spin-off van Rotor.

Het gebouw dat dateert van 1971 had prachtige interieurs van onder meer Jules Wabbes. Het werd onlangs volledig gesloopt. Aan de ontmantelingsoperatie ging een lange voorbereiding en onderzoeksfase vooraf, die startte begin 2014, op uitnodiging van Docomomo Belgium en BNP Paribas Fortis. Voor de sloop werd een inventaris van interessante materialen bekendgemaakt aan mogelijke afnemers en alleen dat wat voor de sloop verkocht raakte, werd gerecupereerd. Bijzondere materialen 'redden' ze door ze zelf op te slaan om ze dan later te verkopen. De laatste deconstructiewerken dateren van begin 2016. Rotor recupereerde valse plafonds, vloeren, wandbekledingen in gevlamde graniet, deuren, verlichtingsarmaturen, meubilair, een trapgeheel in tropisch hout, enz. Iedere keuze moest weloverwogen worden om te vermijden onverkoopbare goederen, die zwaar zouden doorwegen in termen van ontmantelings- en opslagkosten, te recupereren.

200 ton werd gerecupereerd, waaronder een "historisch" vals plafond. Deze werden nadien te koop gesteld op hun website, met historische informatie en gedetailleerde montage-instructies. Het gerecupereerde plafond kende verschillende bestemmingen; plusofficearchitects integreerde het in het nieuwe auditorium van de gemeentebibliotheek van Sint-Lambrechts-Woluwe.

Het hergebruik van materialen, in tegenstelling tot recyclage, laat zoveel mogelijk toe de gebruikswaarde, maar ook de culturele waarden van de betrokken elementen te bewaren. Rotor Deconstruction belichaamt een duurzaam economisch model dat ook andere spelers toelaat en jobs kan creëren.

Dismantling the interior of the former headquarters of *Generale Bank*, now BNP Paribas Fortis, and reusing some of the fittings in new projects has been one of the biggest tasks Rotor Deconstruction - a spin-off of Rotor - has ever undertaken. The building dates from 1971 and boasted beautiful interiors featuring work by Jules Wabbes, among others. It was recently completely demolished. Extensive preparation and research ahead of dismantling work commenced in early 2014 at the invitation of Docomomo Belgium and BNP Paribas Fortis. Prior to demolition, an inventory of 'significant' materials was drawn up and circulated to potential buyers: only items which could be sold prior to the demolition date were salvaged. Certain materials were 'saved' and stored for sale at a later date. The final dismantling work took place in early 2016. Rotor recovered false ceilings, floors, flamed-granite wall cladding, doors, light fixtures, furniture and a staircase made of tropical wood among other items. Each choice required careful consideration to avoid salvaging unsaleable items which would be costly to dismantle and store.

A total of 200 tonnes of items and materials were salvaged, including a 'historic' false ceiling. These items were then listed for sale on Rotor Deconstruction's website, accompanied by historic information about each one and detailed assembly instructions. The salvaged ceiling was used for several purposes; plusofficearchitects, for example, incorporated it into the new auditorium of the Sint-Lambrechts-Woluwe municipal library.

In contrast to recycling, reusing items/materials means retaining as much of their practical and cultural value as possible. Rotor Deconstruction embodies a sustainable economic model which allows other players to get involved and which can also create jobs.



## SALONKLETS

Systeem om nieuwe sociale netwerken op te bouwen  
*A system to build new social networks*

**Ontwerp Design**  
Pantopicon (Charlotte Vanhoutte)  
**Opdrachtgever Client**  
Immaculata WZC i.s.m. de stuurgroep Museum E! (WZC Immaculata)

www.pantopicon.be



Starterskit Starter kit



Complimentenbord Board for compliments

Als onderdeel van Museum E! is *Salonklets* een dynamisch systeem dat bewoners, familie en medewerkers in een woonzorgcentrum co-creatoren maakt van hun omgeving en ze zo in staat stelt om nieuwe sociale netwerken op te bouwen. Het 'ervaren' staat centraal, zeker het zintuiglijke, maar ook beleving en gebeurtenissen van vroeger en nu en het toeleven naar straks. Pantopicon moest zich enkel focussen op de semipublieke omgeving, de gangen waar de kamers en gedeelde woonkamers aan grenzen.

Concreet wordt voor iedere bewoner een eigen 'Profielbord' voorzien waar zij kaartjes, foto's, tekeningen enz. kunnen aan bevestigen die vertellen over hun beleving van het dagelijks leven en het toeleven naar straks. Voor dementerenden worden ook tast-, reuk- en smaakzin geprikkeld door o.a. het tonen van objecten en het 'Kruid van de maand' in elke wooneenheid aan de 'BurenMuur'.

*Salonklets* is toegankelijk en laagdrempelig. Nieuwkomers krijgen een 'Starterskit' vol werkmateriaal en worden vertrouwd gemaakt met het systeem. Zij worden geprikkeld om mee te bouwen aan sociale netwerken, maar beslissen zelf hoe intensief ze deelnemen.

Zo krijgen de bewoners er een ontspannende en prikkelende vrijetijdsbesteding bij en voelen ze zich, met familie en medewerkers, erg betrokken. Interactie ontstaat en meer aandacht en waardering gaat uit voor wat er zich in het leven van de oudere afspeelt, wat een positief effect heeft op de zorg. Ook kijken ze positiever tegen alles aan. Familie en bezoekers vinden afleiding en ervaren alles draaglijker en minder eenzaam. Verzorgers merken dat ze de bewoners beter kennen zonder dat het hen extra tijd kost en ze weten zich sterker gewaardeerd in hun taak via het 'Complimentenbord' en het delen van ervaringen op de 'BurenMuur'.



Profielbord Profile rack — Foto Photo Charlotte Vanhoutte  
Model: Hilde (dochter van daughter of José Debucquoy)

As part of *Museum E!*, *Salonklets* (Lounge Chats) is a dynamic system that gives care-home residents, their families and staff the opportunity to work together to shape their environment and enable them to build new social networks. 'Experience' is the key focus, particularly residents' sensory experience, but also recalling and experiencing past and present events as well as looking forward to the immediate future. Pantopicon was asked to focus purely on semi-public areas, so the corridors where residents' rooms and shared living areas merge.

The initiative involved creating a profile board for each resident to which they could attach cards, photographs, pictures and so forth describing their experiences in their daily lives and what they were looking forward to in the immediate future. For residents suffering from dementia, their senses of touch, smell and taste were all stimulated, for example by displaying objects and a 'Herb of the Month' on the *BurenMuur* (Neighbours' Wall) in each of the accommodation units.

*Salonklets* is a welcoming activity open to everyone. Newcomers are given a starter kit full of material to work on, and are shown exactly how the system operates. They are encouraged to join in and build social networks, but it is completely up to them how much they participate.

The initiative gives residents a fun and stimulating way to spend their free time and they, together with their family and the staff, feel a genuine sense of involvement. They interact with one another and more attention is thus focused on and greater value assigned to what matters to elderly people, all of which impacts positively on their care. They also develop a more positive overall outlook. For families and visitors, it is a distraction: the situation seems more bearable and they feel less isolated. Carers have noticed that they are able to get to know residents better without having to devote extra time to doing so, and they know that their work is valued from comments left on the compliments board and experiences shared on the *BurenMuur*.



## SQUID

Minimalistische raamdecoratie  
*Self-adhesive, transparent  
window fabric*

Ontwerp Design  
Philippe Lampe & Thibaut Lampe  
Opdrachtgever Client  
Lampe Textiles

130 cm breed (tot 10 m lang)  
geweven polyester doek voorzien  
van een slimme lijmstof  
*A woven polyester fabric with a  
unique glue composition*

[www.squid.be](http://www.squid.be)

*Squid®* is een nieuwe gepatenteerde raambekleding, geproduceerd in het Belgische familiebedrijf Lampe Textiles. Het is een zelfklevende transparante stof waardoor je overdag naar buiten kan kijken, maar die de inktijk naar binnen sterk verhindert en je dus de nodige privacy bezorgt. *Squid* is de enige raambekleding die op elk type, en op elke vorm van raam kan aangebracht worden. Dankzij de unieke lijmsamenstelling en schimmelwerende behandeling functioneert het ook perfect op ramen in een vochtige omgeving zoals badkamers, keukens, wasruimtes, enzovoort.

Heb je last van de zon? Plaats *Squid* op je raam en hou een groot deel van de zonnwarmte en hinderlijke schermreflectie buiten. De mogelijkheden zijn eindeloos. *Squid* is puur en versmelt met je interieur. Wil je het net doen opvallen, dan kan je het digitaal bedrukken.

Het textiel is geweven uit polyester garens en wordt aangeboden in vijf verschillende kleuren op rollen van 130 cm breed. Het is eenvoudig te installeren zonder ophangstelsel. Je reinigt het raam, kleeft het textiel op het glas en snijdt bij. Verder kan de stof eenvoudig van het raam gehaald worden zonder permanente lijmresten achter te laten. *Squid* wordt niet snel vuil. Als het doek wat stoffig wordt, kan je met een vochtig microvezeldoekje het stof afnemen. Moeilijke vlekken verwijder je met een vlekkenverwijderaar.

*Squid®* is a newly patented window treatment produced by the Belgian family company Lampe Textiles. *Squid®* is a self-adhesive, transparent fabric which can be affixed to your windows quickly and easily without the need for any mounting system.

The fabric is woven from polyester thread, and is available in five different colours on rolls 130-cm wide.

*Squid®* is a transparent fabric enabling you to see out of your windows during the daytime, but making it very difficult for those outside to see in, thus safeguarding your privacy.

The fabric is simple to install. Clean the window, attach the fabric to the glass, then cut it to fit. What's more, it's a snap to remove the fabric from the window without leaving behind any permanent adhesive residue. On top of that, the fabric can be reapplied multiple times.

*Squid* doesn't get dirty quickly. Should it accumulate dust, however, wipe the dust off with a damp microfiber cloth; use a vacuum-cleaner brush is also perfectly feasible.

*Squid* works perfectly on windows in damp environments such as bathrooms, kitchens, laundry rooms and so forth thanks to the unique composition of the glue it uses and its antifungal treatment.

*Squid* is incredibly easy to install, and is also 50% cheaper than other high-cost alternatives (e.g. roller blinds, etc.). It also blocks the sun's heat and reduces irritating glare on screens.



## STEP UP

Trap, zitelement, dress boy  
*Stepladder, chair and coat  
stand*

Ontwerp Design  
Studio Segers  
(Wim Segers & Bob Segers)  
Opdrachtgever Client  
Younic

118 × 40 × 53 cm  
massief eikenhout  
*Solid oak*

[www.studiosegers.be](http://www.studiosegers.be)  
[www.younic.be](http://www.younic.be)

*Step Up* is een meubel met verschillende lagen van functionaliteit, gevat in één sculpturaal object. *Step Up* is ontwikkeld vanuit de behoefte om hoge wandkasten toch bruikbaar te maken boven handbereik. Een problematiek die voorkomt bij iedere plafondhoge maatkast. Maar het is meer dan een banaal trapje. De doorlopende poten functioneren als houvast maar ook als kapstok of handdoekdrager voor in de hal, badkamer of keuken. Men kan het gebruiken als stoel of kinderzitje in de woonkamer of als nachttafeltje in de slaapkamer.

*Step Up* is wat eigenzinnig, maar het is ook een vakkundig gemaakt meubel van eerlijk massief eikenhout met degelijke authentieke houtverbindingen. Het maakt deel uit van een collectie tafels en stoelen, geproduceerd door Younic, een Belgisch atelier dat staat voor vakmanschap en ambachtelijke kwaliteit, voor lokale economie met respect voor natuur en duurzaamheid in de ruimste zin van het woord. Ieder meubel wordt door gepassioneerde en bekwame vakmensen met de hand gemaakt.

*Step Up* is a multifunctional object. It is a stepladder, a chair and a coat stand all combined into a single sculpted form. *Step Up* is a bit of a maverick, but is also an expertly crafted piece of furniture made out of genuine solid oak and featuring authentic wood joints.

*Step Up* is part of a collection of tables and chairs produced by Younic, a Belgian studio dedicated to high-quality workmanship and artisanal design. Every piece of furniture is made by hand by dedicated and skilled craftsmen. It's a home-grown business which cares about nature and sustainability in the broadest sense of the word.

*Step Up* is a multifunctional piece of furniture. It has been developed in response to the need to make out-of-arm's-reach high wall units accessible and usable - a problem which arises with custom-made wall cabinets at ceiling height. However, *Step Up* is more than simply a mundane stepladder. Its consecutive legs serve as a grip, but also as a coat stand or hand-towel holder in a hall, bathroom or kitchen. It can also be used as a chair or child's seat in the living room, or as a bedside table in a bedroom.





## STANDUP NOMAD

In hoogte verstelbare statafel  
*A height-adjustable standing table*

Ontwerp Design  
Henri Verheughe &  
Mathias Ellegiers  
Opdrachtgever Client  
Jaswig bvba

93 (verstelbaar tot 122) x 80 x 55 cm  
CNC gesneden berk  
multiplex 18mm  
CNC cut birch 18 mm plywood

[www.jaswig.com](http://www.jaswig.com)



De *StandUp Nomad* is een in hoogte verstelbare statafel, die handmatig versteld kan worden, zodat iedereen op een ergonomisch verantwoorde manier (tafelblad op ellebooghoogte) rechtop kan werken.

Langdurig zitten schaadt de gezondheid, daar zijn wetenschappers het over eens. Jaswig wil met de *StandUp Nomad* de zitnorm veranderen. De statafel wordt vervaardigd met behulp van CNC-technologie, waardoor het meubel lokaal kan geproduceerd worden. Hierdoor is geen wereldwijd transportsysteem nodig.

Jaswig is gegroeid uit een groep vrienden: Samuel Rieder, Nick Cornille, John-Morgan Galeyn, Daphne Fecheyr-Lippens, Mathias Ellegiers en Henri Verheughe. Ieder van hen merkte dat ze veel te veel zaten tijdens het studeren en werken. Met Jaswig wilden ze hier iets aan doen.

Door dagelijkse routines zoals e-mails beantwoorden, korte vergaderingen, telefoneren, e.d. al rechtop te doen, zitten we automatisch een paar uur minder per dag. Dit leidt volgens wetenschappelijke studies tot een betere en actievere gezondheid, maar ook tot een verhoogde productiviteit en een betere mentale gezondheid.

Binnen de vakgroep Sport –en bewegingswetenschappen aan de Universiteit Gent heeft Jaswig in 2015 een masterproefvoorstel ingediend (nog lopend). De activiteit van leerlingen die rechtop les krijgen wordt hieronderzocht (vermoeidheid, prestaties, e.d.). Op die manier wil Jaswig nagaan of hun startidee verder wetenschappelijk kan onderbouwd worden.

The *StandUp Nomad* is a height-adjustable standing table which can be adjusted manually to ensure that every user is able to stand and work at it in the most ergonomic way, without having to bend over (i.e. with the table top at elbow height).

Scientists are unanimous in their view that sitting down for long periods is detrimental to health. With its *StandUp Nomad*, Jaswig is looking to change people's sitting habits. The standing table is being manufactured with the help of CNC technology, meaning that the furniture can be produced locally and thus no worldwide transport system is required.

Jaswig started life as a group of friends: Samuel Rieder, Nick Cornille, John-Morgan Galeyn, Daphne Fecheyr-Lippens, Mathias Ellegiers and Henri Verheughe. Each of them noticed that they were spending far too much time sitting down when studying and working.

They decided to set up Jaswig to do something about it. By performing daily tasks such as answering emails, holding short meetings, making telephone calls and so forth standing up, we automatically spend an hour or two less each day sitting down. Scientific studies have shown that this improves health and makes people more active, and also boosts productivity and enhances individuals' mental health.

In 2015, Jaswig submitted a proposal for a master's thesis to the University of Ghent's Department for Movement and Sports Science. The thesis is ongoing and is researching the activity levels (e.g. fatigue, performance, etc.) of students to whom classes are delivered standing up. Through this research Jaswig hopes to be able to determine whether there is any further scientific evidence for its initial observation.



## TIJDCAPSULES SIGMAPLAN

Onthaalplan Kruibeekse polders met integratie van recreatieve infrastructuur  
*Drawing up a visitor plan incorporating recreational infrastructure*

Ontwerp Design  
stefan.schoening.studio  
(Stefan Schöning) i.s.m.  
Antea Group België  
Opdrachtgever Client  
Waterwegen en Zeekanaal NV

[www.stefanschoning.com](http://www.stefanschoning.com)  
[www.anteagroup.be](http://www.anteagroup.be)  
[www.sigmaplan.be](http://www.sigmaplan.be)



De Kruibeekse polders zijn recent ingericht als gecontroleerd overstromingsgebied. Deze waterveiligheids- en onderhoudsinfrastructuur kan ook recreatief gebruikt worden. Net om deze potentie te benutten is een onthaalplan ontwikkeld door Stefan Schöning op maat van de Kruibeekse polders. Het is een plan en een visie op hoe er een optimale match tot stand kan komen tussen de specifieke vereisten van een natuur- en overstromingsgebied (en de directe omgeving ervan) en de verwachtingen van medegebruikers van dit gebied, vnl. inwoners en bezoekers.

Stefan Schöning heeft de onthaalrichting gebaseerd op het idee van een tijdscapsule. De tijdscapsule verwijst naar het verleden, het heden en de toekomst van dit overstromingsgebied. Kriskras doorheen de polders tref je tijdscapsules aan: een combinatie van een rust- of picknickbank, vloertegels en een betonnen zuil met daarop hapklare informatie over het gebied. Dankzij de streekverhalen, de bijzondere waarnemingen en anekdotes van de plaatselijke verenigingen, de gemeente en de lokale gidsen leer je het gebied door en door kennen.

Het onthaalplan voor de Kruibeekse polders gaat niet alleen over bereikbaarheid, toegankelijkheid en medegebruik, maar ook over hoe de bezoekers de kernkwaliteiten van het gebied en haar omgeving duurzaam kunnen beleven. Het gaat dus over het integreren van het overstromings- en natuurgebied in haar omgeving. Daarom was het betrekken van de gemeentes Kruibeke, Bazel en Rupelmonde en haar bevolking bij de tot stand komen en het beleven van de polders cruciaal om tot een gedragen plan te komen.

The polders of Kruibeke were recently set up as a controlled flood plain. However, this water-safety and maintenance infrastructure can also be used for recreational purposes. To exploit this potential, Stefan Schöning has drawn up a customised map of the Kruibeke polders. The map also sets out a vision of how an optimal balance can be achieved between the specific requirements of a nature reserve and flood plain (and its immediate surroundings) and the expectations of those who use this area, primarily local residents and visitors.

Stefan Schöning has based the visitor facilities on the idea of time capsules: points providing information on the past, present and future of the flood plain.

You will find these time capsules dotted across the polders: a combination of a resting spot or picnic bench, paving slabs and a concrete pillar displaying bite-sized information on the area. This regional information, together with observations and anecdotes from local associations, the municipality and local guides, will help people to really get to know the area.

The visitor plan for the Kruibeke polders is not just about availability, accessibility and shared use, but also about how visitors can experience the key qualities of the area and its surrounding environment in a sustainable manner. It is therefore about integrating the flood plain and nature reserve into their immediate environment. This is why it was crucial for the municipalities of Kruibeke, Bazel and Rupelmonde and their residents to be involved in creating and experiencing the polders in order for a comprehensive plan to be drawn up.





THERE IS THE SUN  
Zonlicht op bestelling  
*Sunlight on tap*

Ontwerp *Design*  
Ief Spincemaille  
Opdrachtgever *Client*  
Werkbank i.s.m. 30CC, Leuven  
klimaat neutraal en Stuk

www.iefspincemaille.com

Architect Renaat Braem tekende in de jaren '60 van de vorige eeuw het wooncomplex Sint-Maartensdal in Leuven. Hij had een sociale leefgemeenschap voor ogen bestaande uit gelijke wooneenheden. Renaat Braem heeft gekozen voor een symmetrisch ontwerp. De drie torens staan in een driehoek ten opzichte van elkaar. Hierdoor ligt woonblok 1B bijna volledig in het noorden en dus in de schaduw.

*There is the Sun* wil een eerbetoen zijn aan het idealisme van Renaat Braem en de bewoners helpen. Ief Spincemaille plaatste drie beweegbare spiegels op het grasveld voor woonblok 1B die de zon de hele dag lang naar één punt kunnen reflecteren.

Via een eenvoudige website kan je als bewoner je huisnummer ingeven en het tijdstip waarop je zon wil hebben in je appartement. De webapplicatie stuurt de gegevens door naar de spiegels. Deze reflecteren het zonlicht op het gewenste uur naar het juiste appartement.

*There is the Sun* is meer dan alleen zonlicht. Het is een kritische uitlichting van de moeilijke verhouding tussen sociaal-ecologische en artistiek-esthetische aspecten van het wooncomplex in het bijzonder. Hoe kan je als maker het leven van lokale gemeenschappen mee verbeteren en tegelijkertijd trouw blijven aan de eigen autonomie als ontwerper? Via een technische installatie heeft Ief Spincemaille het esthetisch-ecologische conflict tussen symmetrische schoonheid en sociale idealen willen oplossen door direct zonlicht te geven aan de bewoners, met behoud van de site en zijn architectuur.

De ontwerper bouwde ook een duurzame relatie op met de wijk. Om het project te communiceren naar de bewoners bezocht Ief Spincemaille hen een voor een aan huis en stelde samen met hen een agenda op. Hij bouwde ook een lokaal communicatiesysteem uit dat de wijk opnieuw doet leven.



In the 1960s, architect Renaat Braem designed the Sint-Maartensdal housing complex in Leuven. He had envisaged a social living community comprising identical housing blocks. Braem opted for a symmetrical design. The three blocks stand opposite each other in a triangle; as such, block 1B is situated virtually due north and thus in shadow.

*There is the Sun* seeks to pay homage to Renaat Braem's idealism while at the same time helping local residents. Ief Spincemaille has installed three moveable mirrors on the lawn outside block 1B which are able to reflect sunlight in a single direction throughout the day.

Via a simple website, residents can enter their house number and the time at which they would like sunlight to stream into their flat. The Web application sends this information through to the mirrors, which can then reflect sunlight to a given flat at the desired time.

*There is the Sun* provides a critique of the difficult relationship between the social/environmental and artistic/aesthetic aspects of housing complexes in particular. How, as a creator, can you improve local communities and at the same time remain true to your independence as a designer?

Spincemaille has sought to use technology to resolve the aesthetic/environmental conflict between beauty and social ideals: giving residents direct sunlight while retaining the site's original layout.

*There is the Sun* is about more than just sunlight, and the designer has also forged a lasting relationship with the neighbourhood. Spincemaille visited people in their homes to tell them about the project and help put together a timetable. He also set up a local communication system which is being used by those living in the neighbourhood.

TIMTRACK TREE MEASURING  
DEVICE TPM TRACK'R  
Booms scanner  
*Tree scanner*

Ontwerp *Design*  
MAXIMALdesign (Maxime Szyf,  
Ward Vancoppenolle, Ulla Jacobs),  
i.s.m. Smidesign (Hugo Smid)  
Opdrachtgever *Client*  
DER BERG / TIMTRACK

20 × 17 × 8,5 cm

www.maximaldesign.com  
www.timtrack.com



© MAXIMALdesign

Timtrack is een Brusselse startup, met een unieke applicatie voor bosbeheer. Om de effectieve opmetingen van percelen bos sneller, efficiënter en eenvoudiger uit te voeren en zo het bosbeheer beter te organiseren, werd MAXIMALdesign gevraagd om een *ruggedized* apparaat te ontwikkelen dat deze metingen in situ kan uitvoeren, verzamelen en exporteren naar de eigenaar.

Na het ingeven van de boomsoort kan een exactere meting worden uitgevoerd en via GPS een geolocatie ingegeven. Op een volledig perceel worden alle bomen ingescand en op het einde van de dag worden de gegevens ingeladen in de computer. Voordien gebeurde dit met lint- en lasermeter apart zonder de exacte positie van de boom te kennen. De snelheid en juistheid van de metingen worden aanzienlijk verhoogd en de data kunnen gedeeld worden met eigenaars, klanten of kopers van percelen.

Het toestel behuist een aantal *state-of-the-art* componenten en een *solid state* geheugen. De kunststof behuizing is waterdicht en slagvast, heeft een ergonomische grip en het gewicht is comfortabel verdeeld. De grip is zelfverklarend en grote aandacht ging naar de ideale posities van de *human interface* componenten (scherm, oriëntatieknop, trekker). De vormgeving en kleurstelling geven een professionele uitstraling. Tevens werd een draagtas ontworpen die in staat stelt zoveel mogelijk handenvrij te werken terwijl het toestel extra beschermd wordt.

Deze opdracht is een mooi voorbeeld van efficiënte integrale productontwikkeling. Aanvullend mocht MAXIMALdesign ook gedetailleerd, helder en eenvoudig de templates uittekenen voor de grafische bediening op het scherm en begeleidde het de ontwikkeling van de verpakking.

Dit toestel blijkt ook op andere vakgebieden te kunnen worden ingezet voor de verbetering van de werktak en het verhogen van de efficiëntie.

Timtrack is a Brussels-based start-up offering a unique forestry-management app. To be able to take accurate measurements from forested plots more quickly, more efficiently and more simply, and thus organise forestry-management more effectively, Maximaldesign was asked to develop a 'ruggedised' device which could record readings in situ then collate them and export them to the owner.

Once a particular species of tree has been entered, a more precise measurement can be recorded via GPS technology and submitted via geolocation. All the trees on a given plot are scanned in and at the end of the day the data gathered are uploaded to the computer. Previously, this was performed using ribbon and a laser measure separately, without knowing the exact location of tree in question. With the new method, measurements can be recorded much more quickly and more accurately, and the data gathered can be shared with plot owners, customers or potential buyers.

The device contains several *state-of-the-art* components and a *solid-state* memory. The plastic casing is watertight and impact-resistant, has an ergonomically designed handle and the weight is comfortably distributed. The handle is self-explanatory and considerable attention has been focussed on the ideal positions for the various human-interface components (screen, direction button, pull handle). Its form and colour give the device a professional look. It also incorporates a carrying bag enabling the user to work hands-free as far as possible, while providing extra protection for the device itself.

This assignment is a perfect example of efficient, integrated product development. Maximaldesign was also keen to design detailed, bright and simple templates for the on-screen graphics and accompanying packaging.

The device also lends itself to use in other fields to improve working processes and boost efficiency.

**Ontwerp Design**

Een project van het collectief 'We kopen samen den Oudaan' - bestaande uit: NDVR (Tim Devos, Seppe De Blust, Maarten Desmet, Sabine Tonet, Danusia Kiedrowska) i.s.m. Hanne Van Gils, Anne-Sofie Verheyen, Tara Op de Beeck, Ellen Verbiest, Wouter Lensselink, Nicolas Petillon, Mathias Bastiaensen en vele sympathisanten. Met de steun van DuWoBo (Vlaamse Overheid) en BWMSTR-label (Vlaams Bouwmeester)

[www.ndvr.be](http://www.ndvr.be)  
[wekopenendouaan.be](http://wekopenendouaan.be)

In het voorjaar 2016 lanceerde het collectief 'We kopen samen den Oudaan' de gelijknamige oproep. Ze waren goed op weg om hierin te slagen tot net voor de verkoop de minimumprijs significant steeg en ze niet meer in staat waren om mee te dingen.

"Den Oudaan" werd als een van de eerste binnenstedelijke herwaarderingsprojecten door Renaat Braem ontworpen als *civic-core* voor de stad Antwerpen: een administratief centrum voor de stadsdiensten in een publiek gebouwcomplex, met een plein dat het geheel ontsloot. Die publieke functie is gaandeweg geërodeerd en de toren wordt nu monofunctioneel ingezet als hoofdkwartier van de Antwerpse politie, omheind en slechts beperkt publiek toegankelijk. De verkoop door de stad (AG Vespa) had hier verandering in kunnen brengen.

Het collectief wilde de utopische toren van Braem nieuw leven inblazen, als hefboom om een breder debat te starten over nieuwe vormen van coöperatief ontwikkelen, cofinanciering en gedeeld ruimtegebruik. De massale reacties, spontane aanbiedingen van geïnteresseerden en de grote media-aandacht tonen dat er een draagvlak is voor een experiment in dialoog met het bredere publiek.

Het initiatief demonstreert dat dit soort gebouwen niet meer op eenzelfde manier kunnen worden ontwikkeld. "Den Oudaan" wordt verkocht door bieding onder gesloten omslag, een vrijwel gesloten proces en klassieke vorm van ontwikkelen, met weinig publiek debat en inspraak, weinig ruimte voor innovatie en ontwerpend onderzoek. In plaats van 'verdiep-per-verdiep' ontwikkeling en verkoop zou er ruimte moeten komen voor innovatieve functies en kan er ingespeeld worden op de veranderende noden van de stad en de stijgende vraag naar nieuwe types ruimte.

Het collectief pleit voor een meer transparant ontwikkelingsproces met maatschappelijke meerwaarde.

In spring 2016, the *We kopen samen den Oudaan* (Buying *Den Oudaan* Together) collective launched its campaign of the same name. They were well on the way to success until shortly before the sale, when the minimum price rose sharply and they were no longer able to compete.

*Den Oudaan* was developed as a civic core for the city of Antwerp by architect Renaat Braem, and was designed as one of the first inner-city regeneration projects: it comprised an administrative centre for the city's various departments within a complex of public buildings, and a square which opened up the entire area. This public function has gradually been eroded and the blocks are now used solely as the Antwerp police headquarters, fenced off and offering only limited public access. The sale by the city (AG Vespa) could have brought about change here.

The collective wanted to breathe new life into Braem's utopian towers, and use them as a lever for sparking fresh debate about new forms of cooperative development, co-financing and shared use of space. The mass reactions, spontaneous offers from interested parties and the intense media attention just go to show that there is support for an exercise in dialogue with the broader public.

The initiative demonstrates that these sorts of buildings can no longer be developed for a single purpose. *Den Oudaan* is being sold via sealed bids, a virtually closed process and conventional form of development involving little public debate or voice and little room for innovation and design research. Instead of developing and selling 'floor-by-floor', there should be room for innovative functions and responses to be provided to the city's changing needs and growing demand for new types of space.

The collective is calling for a more transparent development process offering added social value.



© We kopen samen den Oudaan



© We kopen samen den Oudaan



© infunctievan





**HENRY VAN DE VELDE  
AWARDS 16**

Een initiatief van Flanders DC for  
DESIGN in samenwerking met de  
OVAM en BOZAR *An initiative of  
Flanders DC for DESIGN in  
cooperation with the OVAM  
and BOZAR*

**FLANDERS DC FOR DESIGN**  
[www.designvlaanderen.be](http://www.designvlaanderen.be)

**CEO**  
Pascal Cools  
Coordinator Promotion Team  
Nora Weytjens  
Coordinator  
Henry van de Velde Awards  
Inge Vranken  
Communication manager Design  
Bie Luyssaert

**OVAM**  
[www.ovam.be](http://www.ovam.be)

**CEO**  
Henny De Baets  
Coordination Ecodesign Team  
Katrijn Siebens  
Advisor Ecodesign  
Miranda Geusens  
Policy advisor Ecodesign  
Evelyn Lafond

**BOZAR**  
[www.bozar.be](http://www.bozar.be)

**CEO Artistic Director**  
Paul Dujardin  
Head Of Exhibitions  
Sophie Lauwers  
Head of Production Exhibitions  
Evelyne Hinqué  
Exhibition Coordinator  
Francis Carpentier  
Advisor Creative Industries  
Dieter Van Den Storm  
Technical Coordination  
Nicolas Bernus

**EXHIBITION**

20.01.2017 — 19.03.2017  
**BOZAR**  
Paleis voor Schone Kunsten - Foyers

Scenography  
Dries Otten  
Production  
Helix  
Exhibition's graphic design  
Geoffrey Brusatto

**CATALOGUE**

Graphic design  
Geoffrey Brusatto  
Editors  
Leen Creve, Bie Luyssaert,  
Liz Morrison, Annelies Thoelen,  
Inge Vranken  
Final editing  
Inge Vranken  
Translation  
Ubiquis Belgium  
Printing  
Graphius Group



Deze catalogus werd gedrukt op milieuvriendelijk papier  
*This catalogue has been printed on environmentally friendly paper.*

ISBN 9789074886529  
D/2017/10987/1

