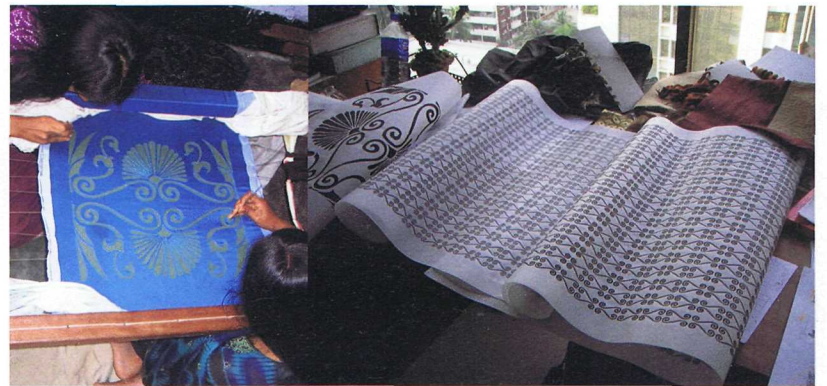


Reality-check op idealistisch initiatief

Internationale samenwerking waar iedereen beter van wordt! Met die slogan werft Dutch Design in Development (DDiD) ontwerpers. Die zouden met hun ontwerp kwaliteit en een concrete bijdrage kunnen leveren aan de armoedebestrijding in ontwikkelingslanden. Dat dat nog niet zo eenvoudig is, werd duidelijk tijdens de conferentie 'DDiD Experience - what's in it for me' die afgelopen mei plaatsvond in Utrecht. De conferentie verschaftte een blik op wat DDiD bereikt heeft in de twee jaar sinds de oprichting.



Liesbeth Fit

linksboven:
Armband en glaswerk van Sandra Dijkstra en Anne Brouwer, Bali
rechts:
Prints van Carla Specken, Bangladesh

Dit zijn de laatste artikelen in de serie over Wereld-design, die we sinds #4, 2005 in *Items* publiceerden. De serie is mede mogelijk gemaakt door het NCDO. Op onregelmatige basis blijven we berichten over onderwerpen binnen dit thema.

Zeven betrokken 'project'ontwerpers toonden hun producten en namen deel aan een forumgesprek. Uit hun verhalen en uit de lezingen van andere betrokkenen bleek dat de eerste DDiD periode niet onverdeeld succesvol genoemd kan worden. Honderd ontwerpers meldden zich voor projecten, en er kwamen zestig aanvragen van bedrijven. Maar in een jaar tijd werden slechts vijf projecten gerealiseerd. Volgens Cosmas Blauw (directeur DDiD) zijn de oorzaken hiervoor te vinden in de complexiteit van het organiseren van dit soort samenwerking. Verschillende belangen moeten op elkaar aansluiten, er zijn taal- en cultuurbarrières, te weinig afnemers in Europa en de deelnemende bedrijven hebben beperkte investeringsmogelijkheden en gebrek aan marktexpertise.

Oogpunt Tijdens de bijeenkomst kwam aan de orde hoe de ontwerpers en de deelnemende bedrijven hun samenwerking ervoeren. Concrete resultaten waren er (nog) niet: welke en hoeveel producten hun weg naar de markt vonden, of bestaande productielijnen worden aangepast en – belangrijk – hoe de Europese markt reageert is niet bekend. Naarmate de middag vorderde bleek dat de opzet die DDiD voor ogen stond niet werkt. De samenwerking tussen ontwerpers en bedrijven wordt vooral gestimuleerd vanuit het oogpunt van de ontwerper, wat pijnlijk terugkomt in de titel van de conferentie. Maar Westerse ontwerpers voor een project twee weken naar een land met een vreemde

cultuur en taal sturen zonder degelijke voorbereiding is bij voorbaat een verloren zaak. Dit werd onderstreept door Oka Pidada (directeur van meubel- en woonaccessoire producent Sukaloleski op Bali), die een helder beeld schetste van de ontwerpmarkt en het ondernemersklimaat in zijn land. Tot verbazing van de toehoorders bleek dat hij 'zijn' ontwerpers slechts viermaal een paar uur had gesproken. In zo'n korte tijd begrip en een vertrouwensrelatie opbouwen is natuurlijk lastig.

Verantwoordelijkheden

Ondernemers in ontwikkelingslanden zijn niet op trends gericht. Ze hebben geen geld om te investeren, al zeker niet in nieuwe producten die toch gekopieerd worden door de eigen markt. Voor ontwerpers en ondernemers is het van belang dat er vooraf voldoende informatie wordt uitgewisseld over materialen, werkwijze, beschikbare productiemethoden, kwaliteit, en de te bedienen markt. DDiD zag het niet als haar taak om dit laatste aspect te begeleiden. De ontwerpers lijken daarvan de minste last te hebben. Naar goed Nederlands gebruik proberen zij om hun producten in de markt te zetten, bijvoorbeeld via de meubelbeurs in Milaan. Dit zou echter niet hun taak moeten zijn. Het roept ook meteen een andere, onbeantwoorde vraag op: van wie zijn de ontworpen producten? Tijdens het forumgesprek met de ontwerpers bleek dat de verantwoordelijkheden binnen en na de opdrachtsituatie niet goed geregeld waren.

Nieuwe aanpak Daar zat de zaal met popelende ontwerpers en welwillende instellingen. Waarom had men de fouten niet zien aankomen? Is het project weggegooid geld? Hoe kom je van goedbedoeld eigenbelang tot een echte win-win situatie?

Organisatieadviseur Frank van Eekeren hield in opdracht van de NCDO en Premsela stichting een onderzoek onder de ontwerpers en voerde daarnaast gesprekken met betrokken instellingen als de VNO en de Design Academy. Zijn conclusies geven de richting aan voor een nieuwe aanpak. Daarin moet ervoor gezorgd worden dat bij aanvragende ondernemers geen onduidelijkheid meer kan bestaan over de vorm van de samenwerking. Ook zal men de wensen van de afzetmarkt beter bekijken en potentiële afnemers benaderen. Overwogen wordt verder om ook marketingexperts in te zetten, een 'loket' voor vragen uit het buitenland in te stellen, de ontwerpers beter voor te bereiden, en informatie over het aangaan van internationale samenwerking te ontsluiten. ^{fin} ddid.nl

DDiD wil Nederlandse experts uit de creatieve en zakelijke dienstverlening koppelen aan ondernemers uit ontwikkelingslanden die (willen) exporteren naar Europa. Nederlandse experts kunnen met hun kennis en ervaring nieuwe markten in Europa ontsluiten, en doen zelf inspiratie op door contact met lokale collega's, producten en materialen.

