

Waarom geen glamoureuze rolstoel ?

Jaime Hayon balanceert tussen kunst en industrieel ontwerp. Zijn toeloze fantasie en energie sijpelen door in de badkamers, lampen, meubels en tentoonstellingen die hij creëert. Een ijsemmer voor champagne lijkt een geknipte opdracht. „Ik wil plezier hebben in wat ik doe!”

Door *Leen Creve* | Portret *Nienke Klunder*

Kom”, begroet Jaime Hayon mij op een regenachtige novemberochtend in Barcelona. „We gaan een terrasje doen. Het is er ideaal weer voor!” Het mag duidelijk zijn dat deze 32-jarige Spanjaard tot het eerder positief ingestelde deel van de mensheid behoort. Geen gek idee dus van het champagnemerkt Piper-Heidsieck om precies hem de opdracht te geven een ijsemmer te ontwerpen.

Een eenvoudige opdracht?

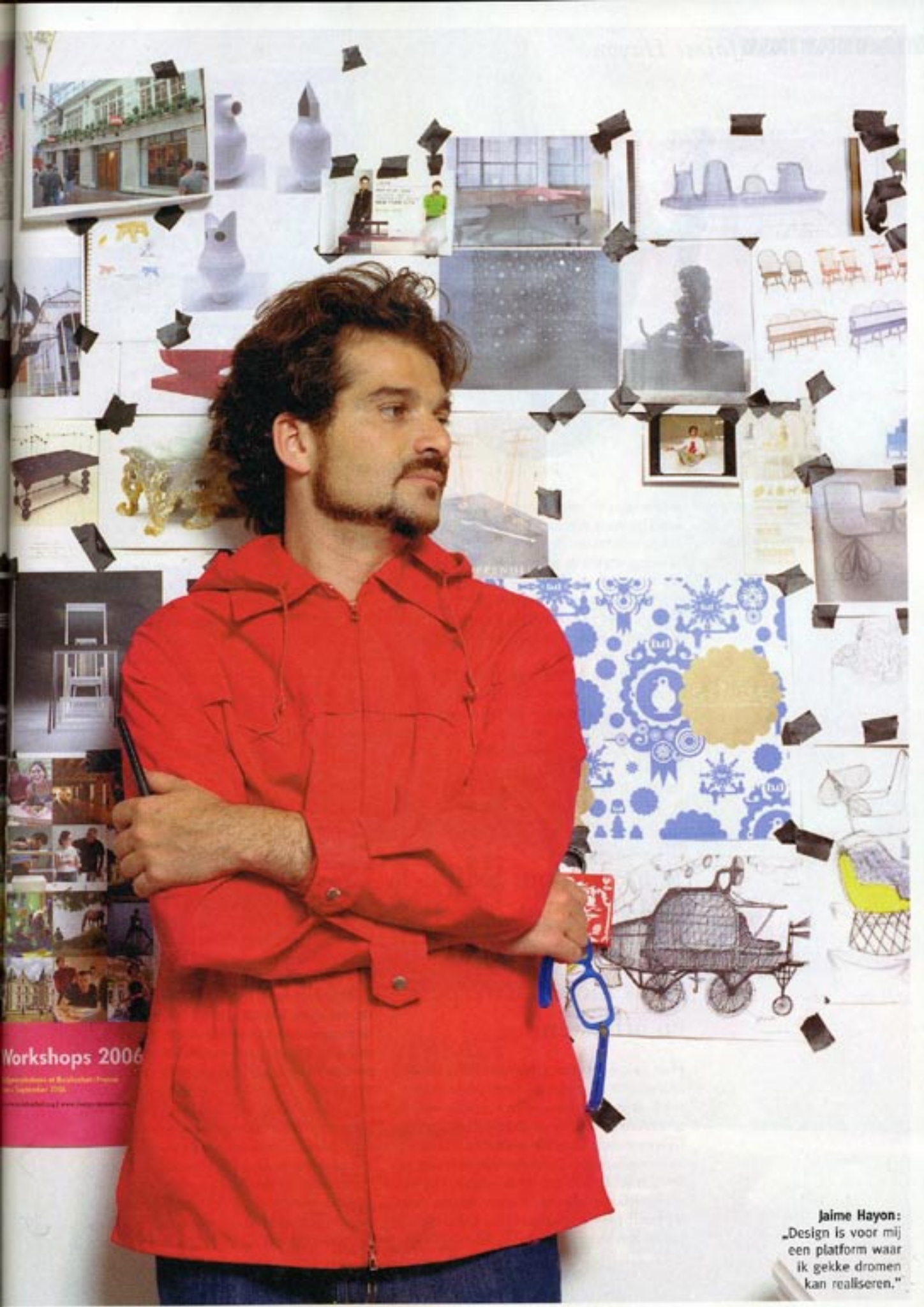
Jaime Hayon: Neen, we hebben er een half

jaar aan gewerkt. Het lijkt een simpel project, maar er spelen flink wat beperkingen mee: de emmer moet allereerst het ijs koel houden, hij moet gestapeld kunnen worden en ik wilde er per se een gestileerd handvat aan.

Waarom wilde u zulk handvat?

Omdat het tegelijk de extravagante sfeer benadrukt die Piper-Heidsieck wilde én omdat het refereert aan de achttiende eeuw, toen het merk ontstond. Ik wilde de look van die periode: de krullen in het handvat en de golven van de emmer. Maar als ik zilver of metaal had gebruikt — een optie die we hebben





Workshops 2006

Workshops 2006

Jaime Hayon:
„Design is voor mij
een platform waar
ik gekke dromen
kan realiseren.“



Ijssemmer en -schaal, ontworpen voor Piper-Heidsieck.

overwogen — zou het resultaat veel te gelijkend geweest zijn met wat er al bestond. Dit is een mix tussen de *plastic fantastic*-sfeer en het elegante uit de achttiende eeuw. Het materiaal heeft de dikte die we willen én de lichtheid. Het felle rood was alleen mogelijk door plastic te gebruiken. De grote ijsbak, waar meer flessen in kunnen, verwijst dan weer naar een trofee.

In welke zin is dit een typisch Hayon-product?

Over het algemeen zijn de producten die ik ontwerp erg chic: de badkamer voor ArtQuitect, de Showtime-meubelcollectie voor BD Ediciones... Ze stralen een soort rijke elegantie uit. Ik beoog een zeer hoge kwaliteit. Ik hou van goede materialen. Zelfs als ik plastic gebruik, gebruik ik de duurste soort. Het is trouwens de eerste keer dat ik plastic gebruik.

Jaime Hayon: „Mijn concept is gebaseerd op fantasie. Ik werk zoals modeontwerpers en artiesten.”

Hier past het perfect. Normaal kies ik voor natuurlijke en duurzame materialen: ceramiek, kristal, aluminium en roestvrij staal. Ik hou ervan als de dingen goed gedaan worden. Kijk naar oude films: de interieurs, wat de acteurs aanhadden...! Dat denk ik: wat zijn we veel kwijt! Ik heb een oude wagen. Hij was veel goedkoper dan een nieuwe wagen, maar hij heeft persoonlijkheid. En kwaliteit. Ik botste ooit tegen een BMW. Mijn Volkswa-



gen van meer dan dertig jaar oud kwam er quasi ongeschonden uit, die andere was flink in elkaar gedeukt. Vroeger werden de dingen heel anders gemaakt, met aandacht voor menselijke aspecten en voor kwaliteit. De industrie heeft veel daarvan kapot gemaakt. Dus, als ik het heb over luxe en glamour, denk ik aan kwaliteit. Bovendien kun je in die glimmoureuze luxesfeer ook veel meer risico's nemen, want je krijgt klanten die eerst en vooral een aangenaam moment willen met hun unieke product. Ik krijg voorstellen voor massaproducten, maar daar heb ik het moeilijk mee. Ik zie mezelf nog niet zo snel een Ikea-stoel maken.

Waarom niet?

Omdat ze die kwaliteit niet kunnen geven. Mijn *rule number one* is dat ik iets wil maken dat ik zelf graag zie. Ik kan niet liegen tegen mezelf. Ik zie ontwerpers die zeggen: „Onze taak is de industrie in stand te houden.” Zo denk ik dus niet: ik ben hier om gelukkig te zijn in wat ik doe. Niet om het probleem van anderen op te lossen. Ik wil kwaliteit en ik wil mijn dromen waarmaken. Mensen schreeuwen om nieuwe dingen, dingen die persoonlijkheid hebben en die een tijd meegaan.

Op uw 23ste werkte u al bij Fabrica, de creatieve communicatiedenk tank van Benetton. U stond er vrij snel aan het hoofd van het departement design. Is dat geen contrast met...

(onderbreekt) Toen was ik mezelf niet. Ik leerde veel van fotograaf Oliviero Toscani. Hij heeft mijn derde oog geopend om dingen te zien. Maar ik verkoos om de positieve kant van het leven te zien. Hij toont de slechte realiteiten van de wereld. De gelukkigste en tegelijk de meest trieste dag van je leven, is de dag dat je beseft dat de wereld niet is zoals je dacht dat hij was. Dan krijg je een klap in je ..



Winkelconcept en -meubels voor de Camperwinkel in Londen.

gezicht. En die klappen wil Toscani uitdelen. Maar ik wil mij niet in negativisme wentelen. (*Brult in de cassetterecorder*): Ik wil vooral plezier hebben in wat ik doe. Dat is mijn aanpak. Dus ben ik zelfstandig geworden. Ik hou van installaties, ik hou van risico's. Ik wil nieuwe werelden creëren. In producten of in een galerieshow. Ik ben geen artiest, designer of illustrator. Design is voor mij een van de platformen waar ik gekke dromen kan realiseren. Ik hou van dat dubbelzinnige. Ook in mijn producten: minimalistisch én extravagant, met referenties aan het verleden maar met gebruik van technologieën van de toekomst. Nederlands design is gebaseerd op techniek: een verbrande stoel, een zachte vaas, een gebreed object... Mijn concept daarentegen is gebaseerd op fantasie. Ik werk zoals modeontwerpers en artiesten. Ik neem een thema waar ik van hou, ik ontwikkel het en steek er ingrediënten in. En ik maak er een installatie van. Ik kan zeggen: 'Vandaag werk ik aan een circus, morgen aan carnaval, daarna barbecue.' Voor mij kan alles een installatie zijn.

Is het daarom dat u graag een volledige collectie tekent in plaats van een product?

Ik probeer een heel panorama te ontwikkelen. De Showtimecollectie was spelen met musical, glamour van het verleden, een mix van stijlen in de kast... We hebben meer dromers nodig die unieke dingen maken. Hoeveel gelijkaardige producten vind je niet op de markt? Design is bijna herhaling. Ik presenteerde de badkamer van ArtQuitect en het jaar erna stond het vol kopieën. Ontwerpers durven niet meer riskeren, man!

Voor welke collega-ontwerpers heeft u respect?

Jurgen Bey, Marcel Wanders, Bertjan Pot, Maarten Baas, Atelier Van Lieshout, Hella Jongerius, Alfredo Häberli. En Patricia Urquiola natuurlijk. Ze is zo simpel, maar zo

goed en kwalitatief. Maar ik hou nog meer van artiesten zoals beeldhouwer Richard Deacon. Als ik mij met iemand zou kunnen vergelijken dan wel met Job, die bij jullie in Antwerpen zijn Studio Job heeft.

Omdat jullie allebei als vriendin én creatieve partner een Nienke en een Nynke hebben?

Misschien (*lacht*). Neen, hun aanpak is dezelfde als de onze: af en toe in galeries staan, in musea. Weet je, design zal veranderen. Kunst en design groeien meer en meer en steeds sneller naar elkaar toe. Precies daartussen bevind ik me graag. Ik ben dan weer veel minder aangetrokken tot architecten. Ik snap het verband eigenlijk niet. Architecten zijn zo... (*tekent een gelijkzijdige zeshoek in de lucht*). Neen, het is mijn wereld niet.

„We hebben meer dromers nodig die unieke dingen maken. Hoeveel gelijkaardige producten vind je niet op de markt?“

En de modewereld?

Ik hou van de manier waarop die zich presenteert. Ik hou van het scenario. En ja, er zijn geweldige modeontwerpers. Viktor&Rolf of Jean Paul Gaultier, die gaan *all the way*. Of Manolo Blahnik. Hij vindt een nieuwe planeet uit, elke keer hij een schoen ontwerpt. Ik kan veel leren van dat domein. Design gaat over al deze aspecten: er is de pracht en de show van de mode, er is de industrie en het commerciële aspect en er is de kwaliteit en...



Ceramik en een meubel uit de **Showtimecollectie** voor BD Ediciones.

uniciteit, wat dan weer meer uit de kunst komt. Dit beroep is erg simpel, maar het verschil met andere beroepen is dat we wel de mogelijkheid hebben om een boodschap uit te dragen. Ik bedoel, als tandarts kan je niet echt een statement maken. Ik hoop althans dat de mijne mijn tanden daar niet voor uitkiest. Wie zijn wij, ontwerpers? Ja, we komen in magazines. Maar daar gaat het alleen over objecten maken. Ik wil graag andere dingen beïnvloeden. Ik zou echt graag meer betrokken zijn in beslissingen. Waarom zijn het meestal economen, advocaten, rechters of ingenieurs die alles voor iedereen beslissen? Waarom zouden architecten en ontwerpers, webdesigners of grafici dat niet kunnen? Ik wou dat ik deel kon uitmaken van een stadscommissie of zo. Om mee na te denken over stadsontwikkeling, of om compleet nieuwe ideeën te lanceren. Misschien kunnen wagens wel zachter worden gemaakt, voor als er botsingen gebeuren bijvoorbeeld. Er is zoveel waarin we iets kunnen betekenen. Creativiteit is altijd gebruikt voor slechte machtsdoelinden. Hitler gaf een vierde van zijn begroting aan al die scheppers, om wagens te maken, wapens, grafiek, films...

Dit gaat verder dan 'plezier maken', wat u daarmee uw voornaamste doel noemde.

Ik voel dat mijn sociale kant aan het terugkomen is, ja (*lacht*). Maar het is gewoon een gevolg van mijn manier van werken. Ik volg the-

ma's en die aanpak is onuitputtelijk. Ik werk nu rond Amerika, maar er zijn miljoenen andere, onuitgewerkte thema's. Onlangs liep ik langs een thuiszorgwinkel, waar ze rolstoelen en zo verkopen. Man, daar is echt niets mooi! Waarom zou een rolstoel niet glorieus en chic mogen zijn? ♣

Ijsemmer en -schaal Piper-Heidsieck, 115 en 190 euro, info: 02 715 20 60.

Jaime Hayon

1974: geboren in Madrid.

1996 tot 2004: hoofd designdepartement van Fabrica, Benetton.

2002 tot 2005: organisator designbiënnale van Lissabon, tentoonstellingen in het Vitra Museum, David Gill, Aram Gallery en Design Museum in Londen. Badkamercollectie voor het Spaanse label ArtQuitect, lampen voor Metalarte, maar ook werk voor Adidas, Coca-Cola en Benetton, Showtime-meubelcollectie voor het Spaanse BD Ediciones.

2006: benoeming tot artdirector van het Spaanse ceramiekmerk Lladro, kast en spiegel voor Palucco, winkelinrichting voor schoenenmerk Camper in St-Foubert's Place in Londen, ijsemmer voor Piper-Heidsieck, veiling van acht stukken voor Breast Cancer Foundation op de kunstshow Art Basel Miami.

Gepland voor 2007: samenwerking met Swarovski, Baccarat, Baccarat, Moooi, Camper.