

Design Interview

Hij kan tekenen als Picasso, maakt meubels als Gaudi en is zo gek als Dalí. De Spaanse ontwerper Jaime Hayon (32) is de kroonprins van de designwereld. In Rotterdam opende zondag zijn eerste tentoonstelling in Nederland. „Ik wil lol hebben, dat is regel nummer één”.

ARJEN RIBBENS



Iedereen een exclusieve kast

Kast en vazen uit de Showtime-collectie van Bd Editions

Spaanse ontwerper **Jaime Hayon**

is de nieuwe ster van het design

Jaime Hayon lacht. Nee, zenuwachtig is hij niet, zegt hij. Over 48 uur is de opening van zijn eerste tentoonstelling in Nederland en galerie Vivid, het Rotterdamse centrum voor vormgeving, staat nog vol onuitgepakte dozen. Bovendien moet hij met zijn acrylstiften nog een wandschildering van tien bij drie meter maken. „Geen zorgen, die schildering komt goed”, zegt Hayon. „Weet je wat me nerveus maakt? Mijn vriendin Nienke is Nederlandse. Voor het eerst komen mijn schoonouders naar een opening.”

Twee dagen later is de expositieruimte onherkenbaar veranderd. Alle meubels, beelden en vazen staan op hun plek, de wandschildering is af. Het is de theatrale voorstelling geworden die in ruwe vorm in zijn schetsboek stond. Twee grote hoofden die het uitschreeuwen. Uit de opengesperde monden sterven zijn ontwerpen in silhouetvorm over de wand. Een vuurrood dressoir met twaalf verschillende poten staat in het midden voor de schildering. Aan de muur hangen paardenhoofden van aardewerk waaruit bloemen steken. In de galerie verder nog een twee meter hoge gouden cactus van keramiek, een bad op pootjes, een joekel van een ronde, paarse spiegel en een witte vitrine met kitscherig sierporselein. In één oogopslag is duidelijk: 'less is more' is niet het credo van Jaime Hayon.

Ontspannen drentelt de kunstenaar door de galerie. Met een glas champagne in de hand verwelkomt hij de genodigden. Wijzend naar zijn wandschildering zegt hij: „Ik ben gelukkig. De helft van mijn familie is hier. Ze vinden het prachtig.”

De 32-jarige Spaanse ontwerper is de kroonprins van de designwereld. Anderhalf jaar geleden was zijn naam hooguit bekend bij een handvol kenners en bij verzamelaars van het cultuurspeelgoed dat hij voor een Japanse fabrikant ontwerpt. Nu roemen de internationale designtijdschriften hem, staan de opdrachtgevers bij hem in de rij en heeft hij zijn eerste navolgers.

Zijn instantroem dankt Hayon aan zijn badkamercollectie voor het Spaanse merk ArtQuitect. Een assortiment meubels en accessoires dat breekt met alles wat gangbaar is. Dus geen streng of overdreven gestileerd sanitair, maar badmeubels met een kwinkslag: sensueel, wellustig en eigenzinnig. Zoals een gouden wasbak met schemerlamp. En een bad met Louis XIV-pootjes, naar wens uit te rusten met een vaas, asbak of fruitschaal. 'Kinky barok', juichte een vakblad.

Op de bekroonde badkamercollectie volgde een al even spraakmakende serie meubels voor Bd Ediciones. Voor deze fabrikant uit Catalonië tekende Hayon de 'Showtime'-collectie. Een kunststof stoel, tafel en bank geschikt voor buitengebruik. Gespoten en bekleden met gecapitoniseerd leer passen dezelfde meubels in de huiskamer. Pronkstuk van de collectie is een uitbreidbaar kaststelsel – het rode dressoir met de twaalf verschillende poten in galerie Vivid.

Op de twee meubelcollecties volgde de afgelopen twaalf maanden een stroom van nieuwe producten. Onder meer een kast en spiegel voor het Italiaanse Pallucco, een ijs-emmer voor het champagnehuis Piper-Heidsieck, een winkelinterieur voor het schoenenmerk Camper in Londen en lampen voor Metalarte. In diverse galeries en musea, waaronder het Design Museum in Londen, exposeerde hij zijn ontwerpen, steeds in combinatie met wandschilderingen en keramiek van eigen hand.

U balanceert tussen kunst en industrieel ontwerp. Wat bent u in de eerste plaats, kunstenaar of ontwerper?

„Ik ben een kunstenaar die design als platform gebruikt. Ik heb de kennis om mijn ideeën te industrialiseren. Dat is wat me onderscheidt van een schilder of beeldhouwer. De positie van design is aan het veranderen. We gaan terug naar de tijd van de koninklijke opdrachten. De vraag naar exclusieve, handgemaakte objecten groeit sterk. De afgelopen dertig jaar democratiseerde design. Maar door die Ikea-sering zit de hele wereld wel op dezelfde stoel. Daar komt nog bij dat door internet nieuwe ontwerpen zich razendsnel verspreiden. Vorige week presenteerde Apple de iPhone. Over een jaar loopt iedereen met zo'n toestel. En dan is de gein er voor sommigen snel af. Aan die vraag naar exclusiviteit ligt een existentiële vraag ten grondslag: hoe demonstreer ik mijn persoonlijkheid. Naast de iPhone zal daarom altijd markt zijn voor extravagante, dure toestellen. Dat design en kunst dichtert tegen elkaar kruipen zie je aan twee ontwikkelingen. Het gaat goed met bedrijven die gespecialiseerd zijn in exclusieve, handgemaakte producten, zoals het Franse juweliershuis Baccarat en Tichelaar, jullie aardewerkfabriek in Makkum. En kunstgaleries van naam gaan nu ook design verkopen. Gagostan in New York (de galerie van onder anderen Damien Hirst) toont dit jaar bijvoorbeeld het nieuwe werk van Marc Newson.”

U was vijf jaar hoofd van de ontwerpafdeling van Fabrica, het communicatie-laboratorium van de Italiaanse kledingfabrikant Benetton. Wat heeft u van die periode geleerd?

„Na mijn studie werd ik gevraagd om een jaar bij Fabrica te komen werken. Met dertig jonge architecten, musici, designers en fotografen zat ik in een villa in de Italiaanse provincie. Samen gingen we op zoek naar nieuwe wegen van communicatie, naar indirecte mogelijkheden om te adverteren. Aan het eind van het jaar, ik had mijn koffers al gepakt, nodigde de directie van Benetton me uit voor een diner. Ik dacht dat ze mijn advies wilden over het te benoemen hoofd van de afdeling. Ik had Philippe Starck al eens rond zien lopen. Marc Newson leek me ook heel geschikt. Tot mijn verrassing vroeg meneer Benetton of ik de leiding wilde nemen. Dertig man managen, een miljoenenbudget beheren en heel veel reizen – al doende leerde ik het. Ik heb in die periode



Jaime Hayon foto Nienke Klunder



Speelgoed voor Toy2R



Lampen voor MetalArte



Tekening uit schetsboek

JAIME HAYON

1974 geboren in Madrid.

1993-1997 volgt opleidingen tot industrieel ontwerper in Madrid en Parijs

1997 wordt uitgenodigd een jaar te komen werken bij Fabrica, het communicatie-laboratorium van de Italiaanse kledingfabrikant Benetton. Een jaar later wordt hij benoemd tot hoofd van de designafdeling en geeft hij leiding aan dertig kunstenaars en vormgevers die zich bezighouden met de ontwikkeling van winkelinterieurs en het samenstellen van tentoonstellingen, boeken en tijdschriften

2004 begint eigen designbureau. Ontwerpt onder meer speelgoed, meubelen, een badkamercollectie, lampen en vazen, en maakt daarnaast installaties in galeries en musea

2006 art director van het Spaanse keramiekmerk Lladro. Werkt nu onder meer aan opdrachten van de juweliers Baccarat en Swarovski, mozaïekfabrikant Bizazza, het schoenenmerk Camper en meubelfabrikant Moooi.

veel opgestoken: de logistiek achter een creatie, de kracht van een voorstelling, het belang van communicatie. En vooral: niet te leven in categorieën. Fabrica was een doos gevuld met mensen uit allerlei disciplines. Met een musicus dacht je na over meubels, met een fotograaf over design. Samen de regels doorbreken, dat leverde nieuwe ideeën op.”

Waarom ging u na vijf jaar weg?

„Ik wilde niet de rest van mijn leven manager zijn. Ik had een goed salaris, reed in een vette Audi en had succes. Maar de schilder in mij kon geen kant op. Overdag was ik manager en 's avonds was ik onafgebroken in mijn dagboeken aan het tekenen of aan het beeldhouwen. Mijn huis stond op een gegeven moment helemaal vol. Toen de Londense galeriehouder David Gill bij me op bezoek kwam, zei hij: 'What is all this shit, kan je daar niet eens wat mee doen?' Niet lang daarna was het dag vette Audi en ben ik voor mezelf begonnen.”

Dreigt u niet opnieuw manager te worden, ditmaal van uw eigen designstudio?

„Ik wil lol hebben, dat is regel nummer één. Voor het eerst in mijn leven kan ik precies doen wat ik wil. Mijn trauma is dat ik op te jonge leeftijd manager ben geworden. Ik wil nooit meer de sores van een ander oplossen. Ik heb slechts vijf mensen voor me werken. En een gewoon kantoor is mijn studio niet. Alles gaat online. Met mijn schetsboek, scanner en computer reis ik de wereld rond om met klanten te praten. In Italië heb ik twee technici die mijn schetsen uitwerken naar de tweede fase. In Barcelona zit mijn assistent. In Londen regelt een agent mijn financiën. Meer is het niet, en moet het ook niet worden.”

Hoe gaat u als ontwerper te werk?

„Wat wil de opdrachtgever, daar begint het mee. Neem het dressoir dat ik voor Bd Ediciones heb gemaakt. De vraag was een uitbreidbaar kaststelsel. Als je kijkt naar dressoirs, zie je dat iedereen daar van alles op zet: vazen, fotolijstjes, boeken, noem maar op. Er bestaan wel driehonderd kastsystemen, sommige heel functioneel en goedge maakt. Wat kan ik daaraan toevoegen, vroeg ik me af. Ik wilde een systeem dat iedere gebruiker de mogelijkheid biedt een kast naar eigen wens samen te stellen. De enige oplossing is door de kast aan de onderzijde variabel te maken, met een set verschillende poten. Twaalf poten uit twaalf verschillende stijelperiodes. Er zit een poot bij van een kast bij mijn moeder thuis en de rest heb ik vrij willekeurig gekopieerd uit de *History of design* van uitgeverij Taschen. Wat is die kast voor stijl, vragen journalisten steeds. 'Dat is jullie probleem', zeg ik dan. 'Het is barok, Memphis, mijn moeder, en nog een zoiet andere stijlen door elkaar.' Maar het werkt. Die kast is nu een tijdje op de markt. Nog nooit zijn er twee dezelfde besteld. De een wil zes verschillende poten, een ander twaalf verschillende. De gebruikers worden de designers, iedereen heeft een exclusieve kast. Dat was mijn eerste doel.

Tweede doel was spelen, mezelf vermaken. Ik raak opgewonden als ik mensen in verwarren kan brengen.”

Is dat ook de reden waarom u zo vaak clowns van keramiek in uw tentoonstellingen plaats?

„Ik vind het cool om altijd publiek te hebben, ook als de galerie gesloten is. Zo'n tentoonstelling is mijn wereld. Mijn identiteit moet in die voorwerpen zitten. Dat kan niet volgens de oude wetten van de designwereld. Ontwerpers moesten altijd de identiteit van hun opdrachtgevers bevestigen. Zo'n designer ben ik niet. Ik wil best een restaurant ontwerpen. Maar ga me van te voren niet zeggen waar de keuken moet komen. Ik maak een ontwerp waar ik zelf in de eerste plaats gelukkig van word.”

Durven alle fabrikanten dat aan?

„Nee. De laatste tijd benaderen veel fabrikanten me. Sommigen met heel specifieke vragen en een pakket van eisen. Dat is het verkeerde uitgangspunt. Ik werk *freestyle*, wacht maar waarmee ik kom. Voor enkele dingen moet je risico's durven nemen. Veel fabrikanten willen succes zonder risico's. Ze beseffen niet dat een gewaagde mislukking garant staat voor veel publiciteit. Dat er over je gepraat wordt, is ook een succes. Voor de kleding van Benetton maakten we advertenties waarop twee neukende paarden stonden. Het betekende niks, maar er werd eindeloos over Benetton gepraat.”

Maakt uw vriendin daarom altijd van die bijzondere publiciteitsfoto's van u – verkleed als clown, in schapenpak of met een vogel in uw hand?

„Communicatie is zo belangrijk. Je moet een imago creëren, theater maken. Wat maakt een stoel van Eames tot een icoon? Hij zit goed en ziet er puik uit. Maar dat geldt ook voor vele stoelen uit Scandinavië die veel minder bekend zijn. De Eames-stoel is icoon omdat hij zo fantastisch is gepromoot.”

Wat bevalt u aan het vak van ontwerper?

„Je bent met niemand in gevecht en je creëert dingen. Dingen waarvan mensen zeggen: dit is *fucking cool*. Voorwerpen ook waar de wereld een beetje vrolijker van wordt. Dat zou wel meer mogen gebeuren. Veel designers zijn zo serieus. Toen ik speelgoed ging ontwerpen, ontdekte ik wat een open gemeenschap dat is. Echt onvergelijkbaar met die arrogante meubelmafia. Op de jaarlijkse meubelbeurs in Milaan moet ik altijd weer lachen om de ernst van die kerels. Daar wordt zo weinig gelachen. Mijn advies: *have fun!* Zie mij niet als een ernstig iemand. Ik ben energiek, ik ga avonturen aan, ik leid je rond door andere werelden. Positieve energie, daar gaat het om.”

Jaime Hayon 'Stage in Holland' Tot 4 maart in Vivid, William Boothlaan 17 A, Rotterdam di-zo 12-18 uur. Op www.vividvormgeving.nl/youtube.htm is te zien hoe Hayon zijn wandschildering bij Vivid maakte. Zie ook hayonstudio.com