

VAN TAC

TEMPORARY ART CENTRE
EINDHOVEN
MAGAZINE / OKT-2007

11

What is
Dutch
Design?



IF YOU KNOW THE DEFINITION,
POST IT ON WIKIPEDIA.ORG



Geloof Hoop Liefde

Volgens goed gebruik is oktober de maand waarin men zich in Eindhoven massaal laaft aan design. De Dutch Design Week groeit aan alle kanten, iedereen wil er met liefde bij zijn. De stad Eindhoven profileert zich als een waar Design Mekka en hoopt daarmee haar eigen grijsheid te ontstijgen. Nieuwe initiatieven ontspruiten, andere krijgen vaste voet in Gods aarde. Er is zelfs een heus Design Huis. Kortom, Eindhoven gelooft er in! Geloof, hoop en liefde... Als gedweë volgelingen maken volksscharen hun jaarlijkse pelgrimage langs strak gevormde beeltenissen en gestileerde relikwieën, in de hoop verlost te worden van smakeloze aardse producten en identiteitsloze egostrelerijen. Iedere zelfrespecterende designer werkt zich het leplazerus als een franciscaanse monnik, in het streven naar het hoogste goed: het ultieme ontwerp, het Gevoelsbevredigende Overweldigende Design. God, o God! Natuurlijk zijn er mensen, door sommigen gezien als afvalligen, die zich bezighouden met andere zaken die niet noodzakelijkerwijs te maken hebben met design. Voor hen is deze periode een soort

carnaval, een vormgevings-oktoberfest. Daar gebeuren mooie dingen, want het evangelie begint bij de heidenen. TAC stort zich dit jaar volledig op het geloof met als proclamatie: "Holy TAC!" Design in geloof en geloof in design. Voor menig geloofsstroom is dat vloeken in de kerk. Design als geloofsuiting of vise versa; het ultieme nastreven van materieel genot als spirituele bevrediging. Een designer katholicisme in extreme vorm. Zou Jezus ook design meubelen gemaakt hebben? Of slechts puur functionele hulpmiddelen om de mensheid uit haar lijden te verlossen? VANTAC Magazine kan hoe dan ook niet achterblijven in het missiewerk van dit nieuwe evangelie.

In dit nummer dus aandacht voor design, design en design. En een beetje muziek. Interviews met adepten van het geloof en brengers van de vorm. Mensen die bouwen aan Eindhoven als ontwerptempel, in volle overtuiging strevend naar gelijkenis met Milaan, New York of London; de kathedralen van het mondiale design. Eindhoven heeft alvast een Huis. Dat is al heel wat.



GELOOF

De jaarlijkse hoogmis van het Nederlandse ontwerp staat voor de deur. Tienduizenden pelgrims ondernemen tussen 20 en 28 oktober de bedevaart naar het Mekka van het wereldvermaarde Dutch Design. Het zullen er ongetwijfeld weer meer zijn dan vorig jaar, toen 12.000 designdiscipelen, al dan niet per TACsi, een bezoek brachten aan TAC.

Dit jaar gaan we tijdens de Dutch Design Week op zoek naar design in het geloof. Of zo u wilt, naar het geloof in design. Holy TAC gaat over tekens, rituelen, symbolen en herkenning. Over creatie, inspiratie, verbeelding, overtuiging en identiteit. Holy TAC! Dat belooft wat!

Temporary Art Centre is niet meer weg te denken uit de Dutch Design Week en uit de creatieve sector in Eindhoven. Dat hebben we te danken aan de inzet van veel vrijwilligers die geloven in het TAC. Het TAC-bestuur vindt dat al die vrijwilligers een professionele organisatie verdienen. En om onze organisatie te professionaliseren, is geld nodig. We zijn dan ook blij dat de gemeente heeft laten weten dat ze ook in TAC gelooft, en de collectebus niet aan zich voorbij zal laten gaan.

TAC gaat het nieuwe seizoen in met twee betaalde krachten, meer continuïteit en het vooruitzicht op meer financiële zekerheid.

Ik geloof dat we op de goede weg zijn!





IK BEN EEN HELE LIEDE KARDE WERKER



2007 is het jaar van Zelda Beauchampet. Een periode waarin alles in het teken staat van onafhankelijkheid. “Dit is het jaar waarin ik alles ga reduceren tot een overzichtelijk geheel.”

✕

Op haar racefiets draait ze gehaast de hoek om. Ze knijpt in haar remmen en tilt haar fiets de stoep op. Net uit Amsterdam en gedachten razen door haar hoofd. Ze moet een beslissing nemen. Gevraagd of ze haar product wil presenteren op een speciale beurs, voelt ze haar hart en verstand met elkaar rollebollen in haar overpeinzingen. Een unieke kans, maar zal het publiek wel het soort mensen zijn dat ze wil aanspreken? Via ingang D tilt ze haar fiets over de drempel en zet die vast aan de trap. In haar atelier ro6 zet ze zich neer. Eerst maar eens een kop thee. Een hand gaat door haar blonde haren, een oorbel in de vorm van een synthesizer komt onder de glanzende lokken vandaan. Haar staalblauwe ogen kijken door de ruimte en via het raam

naar buiten. In die ogen ligt haar wereld besloten. Er vonkt een passie uit, gevoed door de wetenschap dat ze bezig is de stap te zetten die ze altijd al heeft willen zetten. In de kamer naast haar zit Marly een boterham met hagelslag te eten. Kim is er niet. Die zal zo wel komen. Als de Drie Gezusters van Tjechov bewonen ze samen een atelier. Zo dicht op elkaars lip zitten, vraagt om een goede verstandhouding. “Je zit toch in elkaars belvolume. Maar het is fijn niet helemaal alleen te zitten. Het geeft zoveel voordelen; feedback, gezelligheid, gedeelde energie. Marly en Kim ken ik van de Design Academy. Tijdens onze studie waren we al huisgenoten in een antikraakpand. Kim is hier als eerste ingetrokken, nu zo’n drie-en-een-halfjaar geleden. Wij zijn er korte tijd later bijgekomen.”

Haar gedeelte van het atelier staat vol met van alles. Veel textiel, grote plastic opslagdozen vol kleurige stoffen, een werkblad met schetsen, foto’s ter inspiratie, wat krantenartikelen op de wand geplakt. Een duidelijke richting in wat ze doet, lijkt moeilijk te ontwaren.



“Ik heb altijd breed gewerkt. Maar nu heb ik vooral affiniteit met mode, ook interieur trekt, merk ik, ik heb wel een drang om ruimtes invulling te geven. Maar in principe werk je bij elke discipline vanuit hetzelfde proces; opdracht, analyse en daar een eigen draai aan geven. Maar ik wist dat ik te breed inzette, je kunt niet alles doen. 2007 is het jaar waarin ik alles ga reduceren tot een overzichtelijk geheel.”

✂ BELEVENIS

De stoffen in het atelier verraadden al welke discipline daarin haar voorkeur heeft. “Nu richt ik me op mode en assecoires, maar ik heb veel verschillende dingen gedaan. Ik heb diners ingericht, auto’s gestoffeerd en alles wat daar tussen zit. In essentie wil ik een eigen wereld creëren, mensen meenemen in een belevenis, door gelaagdheid in de concepten te brengen. Wat je op het eerste gezicht ziet is niet wat je krijgt.” Een goed voorbeeld is een hotelkamer die ze voor TAC heeft

ingericht. “De ponykamer die ik voor het TAC Hotel heb ontworpen tijdens de Dutch Design Week is een mooi voorbeeld. Op het moment dat je de deur achter je sloot, was de kamer geladen met dubbele interpretatie. Als het licht aan was zag je overal liefelijke taferelen van pony’s en paardrijtaferelen, maar als het licht uit was, zag je op de wand pin-ups oplichten en lagen er sm-assecoires.”

✂ REFLECTIE

Kim stapt binnen en lacht met haar jas aan zich een weg naar haar eigen ruimte. De Drie Gezusters tegelijk aan het werk. Alledrie met iets anders, maar altijd met de anderen in de buurt voor de nodige reflectie en een babbeltje om samen na te denken over de concepten die ze uitwerken. Kim zet de waterkoker aan en zoekt in het mandje naar een lekker smaakje thee. Als het water kookt, begint het werk. Om te weten te komen wat er zich in de helderheid van Zelda’s ogen afspeelt, geeft haar afstudeerproject een aardige indicatie.

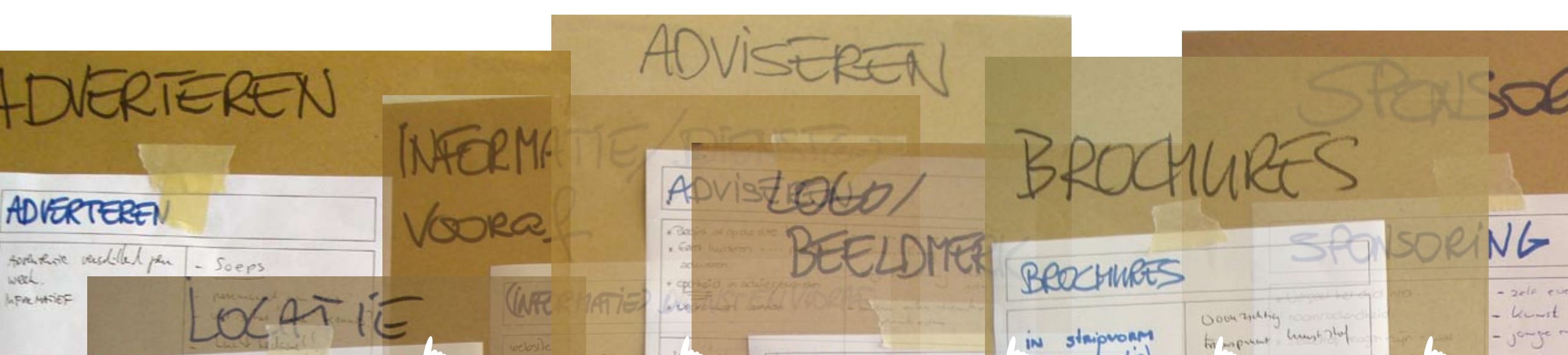
Daarin bezag ze de identiteit van de knuffel. Een teddybeer in het bijzonder. Door de jaren heen verandert zijn identiteit. Door slijtage en manipulatie verandert de beer van zijn gelaagde huid. De beer krijgt hierdoor een meer eigen identiteit en vormt zich meer naar zijn eigenaar. Hierdoor ontstaat er een hoogst persoonlijk product. Maar de doorbraak moet uit een andere hoek komen. “Waar ik me nu op stort zijn ringen”. Uit een zwart doosje waar ‘Handscape’ op staat komen zes dunne ringetjes. “Je zet ze achter elkaar zoals je zelf wil. Zodat je zelf bepaalt welk ‘landschap’ aan je vinger te zien is.” Ze glundert. “Dit zie ik zo terecht komen in galerie- of museawinkeltjes.”

✂ ONAFHANKELIJKHEID

Aan die toekomstdroom is ze hard aan het werken. En 2007 moet het jaar zijn waarin ze dit spannende pad inslaat. Niet dat er een specifieke reden is waarom het nou speciaal dit jaar moet zijn. “De sterren stonden goed, anders kan ik het niet verklaren. De productontwikkeling was in een goed stadium, ik weet niet, er hing gewoon een goede vibe. Ik besloot te stoppen met freelancen en mijn werk op te zeggen. Het is mijn droom om mijn eigen bedrijf te hebben, alles zelf in de hand te hebben. De grote drift om het zelf te doen heb ik al heel lang. Ik ben wel een beetje een controlefreak, dus ik heb een grote drang tot onafhankelijkheid. Waarom ik dat niet direct na mijn afstuderen heb gedaan? Ik denk dat de wereld nog net even te groot was.” Ze is ervan overtuigd dat de wereld nu beter te overzien is. Dat deze klaar is voor haar kunst. Nou ja, kunst. “Ik ben geen kunstenares. Ik maak geen kunst maar design. Of conceptueel design, zo je wilt. Een mooi, goed vormgegeven, product met een verhaal, een eigen identiteit.” Dat is in essentie wat Zelda doet. Nu is voor haar ook duidelijk met welk product ze die essentie moet overbrengen aan de mensen die haar werk gaan kopen. Want

eigenheid is wat Zelda in haar hart meedraagt. Een eigen identiteit boven alles. Zelda kijkt rond in haar eigen atelier. Je ziet aan haar dat ze de drukte in haar ogen met zich meedraagt, de kleine denkrimpel in haar voorhoofd verraadt dat ze alleen nog niet precies weet wat ze als eerste gaat doen. Terwijl haar andere ‘zusters’ verder werken, gaat ze in haar hoofd na wat wanneer prioriteit heeft. Niet dat ze zichzelf voorbijloopt. Een teken van onafhankelijkheid is dat je zelf weet wanneer je moet rennen en wanneer stil te staan en te rusten. Zelda kent dat verschil. “Ik ben een hele luie harde werker. Maar tegelijkertijd is mijn leven mijn werk ongeveer.” De vonken in haar ogen spelen weer op. De volgende stap op haar reis naar onafhankelijkheid moet worden gezet. Liever vandaag dan gisteren. 2007 is het jaar van Zelda Beauchampet. Eerst nog maar een kopje thee. ✂

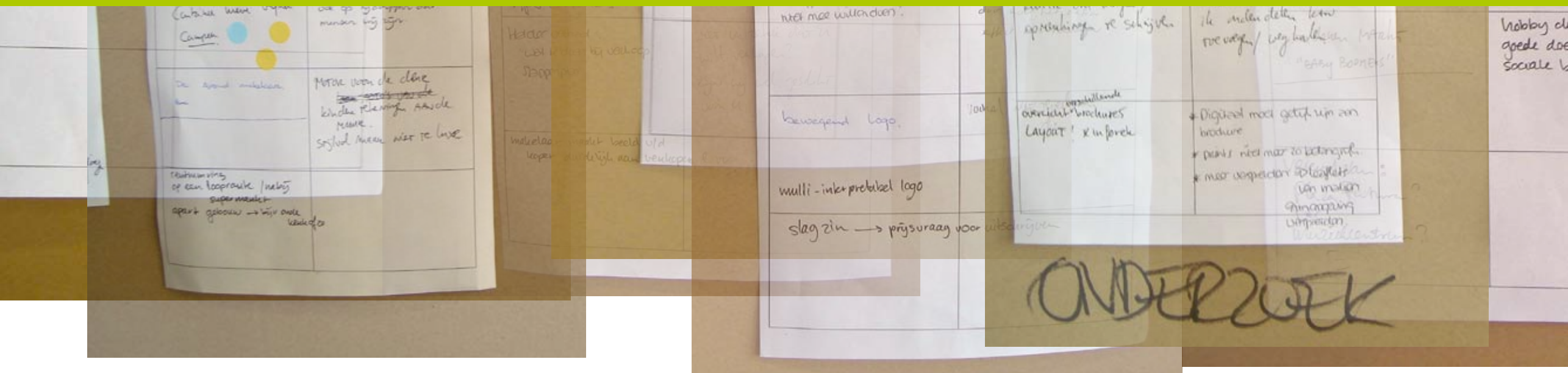




TAC DUWINGT JE TOT INSPIRATIE

Een tikje ergerlijk is het wel. Want wat nu precies het resultaat is geworden van het contact tussen Ad Kennis en de Ideeënfabriek, dáár wil de Veldhovense makelaar het vooral níét over hebben.

Dat is niet handig, zegt hij, want de concurrent leest mee. Maar tevreden? "Nou en of."



De regio Zuidoost-Brabant telt heel wat makelaars. Ad Kennis schat zo tussen de honderd en honderdvijftig. Dat was toen hij startte, 25 jaar geleden, wel anders. De wat grotere bureau's kon je op twee handen tellen en dan had je nog wat kleintjes. Tegenwoordig is de concurrentie dus groot. Dat wil zeggen dat makelaars alle mogelijke moeite moeten doen om de klanten binnen te halen.

Kennis kende TAC wel, maar dan vooral van het voorbijrijden als hij in de buurt van het Philips-stadion was. Een half jaar geleden kreeg hij met een vriendenclub een rondleiding bij TAC. "De ruimtes spraken me aan. Het is erg open en los, niet zo gestyleerd. Het oogt vernieuwend en fris."

Hij nam contact op met projectleider Olaf Beelen van TAC. "Makelaars doen al gauw veel van hetzelfde", zegt Kennis. "Het is een weinig vernieuwende sector. Je zit op internet, plaatst een bord in de tuin, doet nog wat dingen, maar dat doen ze allemaal. Ik wilde daar wel eens over brainstormen." Dat kon binnen het kader van de Ideeënfabriek." Lastig vond hij het in eerste instantie wel. "Je weet niet goed wat je moet verwachten. De makelaardij is een heel andere sector dan de wereld van kunstenaars."

Beelen sprak met Kennis af dat beide partijen onbevangen het gesprek aan zouden gaan. Kennis ging er naartoe, samen met Erna Spijkers van zijn kantoor en zijn vaste tekstschrijfster José Bijloo van het bedrijf De Webverbeteraars. Hij ging bewust in kostuum. "Ik wilde voldoen aan hun verwachtingspatroon. Ze rekenden op een man in pak met een stropdas, nou die kwam ook." De verwachting van Kennis kwam overigens ook uit. De andere kant van de tafel zat vooral níét in pak en stropdas.

TAC was vertegenwoordigd door een zevental TAC-genoten van diverse disciplines. Beelen had gekozen voor een werkwijze waarin iedereen ideeën op papier mocht schrijven. "Daar zaten heel bijzondere dingen bij, sommige ook heel onuitvoerbaar trouwens." Kennis wilde ook graag weten hoe het gezelschap over

zijn bedrijfslogo dacht. Prima logo, niets aan veranderen, was het antwoord.

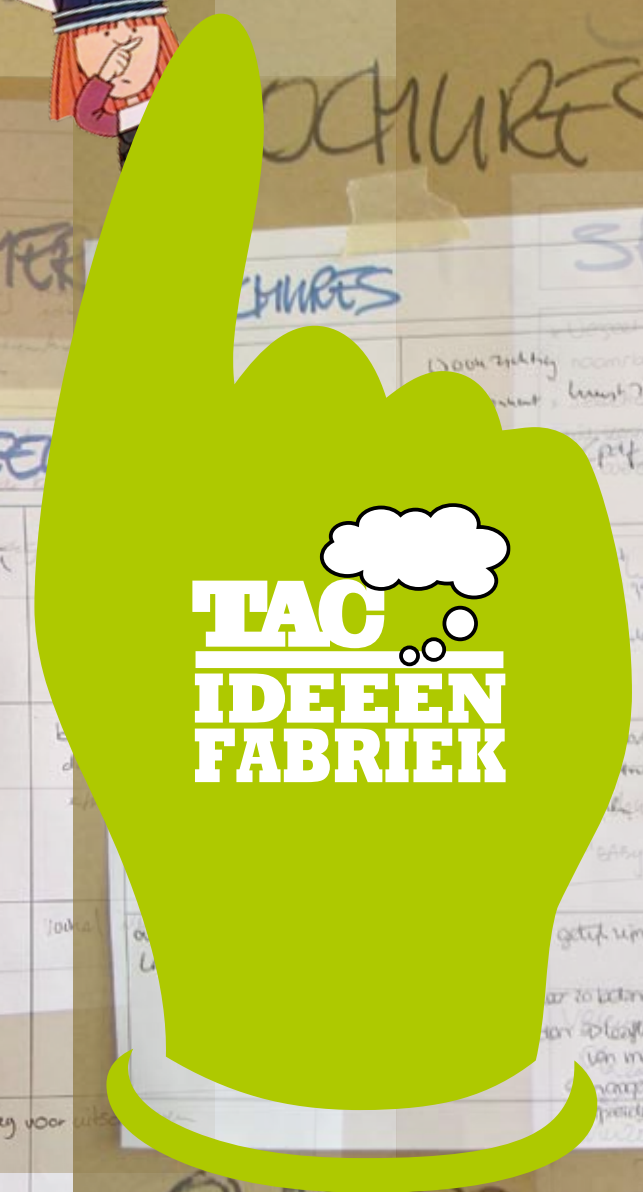
De belangrijkste vraag was natuurlijk: Hoe bereik ik mijn klanten beter? Dat leverde een honderdtal ideeën op. "Daar hou je er tien van over die uit te voeren zijn. Misschien worden het er uiteindelijk maar vijf. Maar dat is voldoende. Ik haalde er veel uit. Ik maakte uit dat gesprek ook op dat heel veel van wat wij als makelaardij doen, gewoon goed is. Het is ook prettig om soms bevestigd te worden."

De bijeenkomst was 'prettig en leerzaam'. Aan de bruikbare ideeën wordt nu gewerkt. "TAC heeft potentie om dingen te doen voor bedrijven. Het is een bont gezelschap, er zaten ook mensen van TAC aan tafel die elkaar niet kenden. Ze kwamen op voor nieuwe dingen, voor een sector waar ze eigenlijk niks mee hebben."

Er kwamen ook merkwaardige voorstellen over de tafel. "Het waren zaken waarvan ik dacht, Dat kan niet, hoe krijg je het voor elkaar", zegt Kennis met enige verwondering. "En als je dan eerlijk bent moet je tegen jezelf zeggen: Tja, waarom eigenlijk niet?" Hij heeft de verslagen van die dag – een pak papier – mee naar huis genomen. En kijkt met regelmaat nog eens terug. "Dan denk je: tja, tja, dit zou eigenlijk best kunnen. Er zitten ook dingen bij waar ik een derde of vierde keer anders tegenaan kijk."

De discussie met TAC was een soort hei-sessie. "Het is een omgeving waarin je tot inspiratie gedwongen wordt en die krijg je dan ook. Sommige dingen krijgen vorm, andere moet je onderzoeken. Je moet met een zekere onbevangenheid aanschrijven en die onbevangenheid krijg je ook van TAC."

Zou hij het anderen aanraden? "Nou, mijn collega-makelaars natuurlijk niet", lacht hij en, zich meteen corrigerend: "Ik kan het iedereen aanbevelen. In mijn vak hebben klanten een vast verwachtingspatroon. Daar moet je aan voldoen, anders ben je een buitenbeentje. Maar ik wil best iets nieuws proberen. De Ideeënfabriek heeft daar een aanzet voor gegeven."



TAC
IDEEËN
FABRIEK



"WIJ GAAN DE WERELD VEROVEREN MET STIJL, HUMOR EN INVENTIVITEIT."

Ergens op de eerste verdieping van het TAC gebouw hebben ze sinds eind juni hun atelier, vanwaar ze de wereld gaan veroveren. Eva Broekhuijse en Iris Hiddink, beiden afgestudeerd aan de Design Academy, verrijken de wereld met niet alledaagse interieurconcepten en mode-accessoires.



OORSPRONG?

Iris: Beiden werkten we als freelance vormgevers en hadden hetzelfde gemis. De sociale kant van werken met collega's enerzijds en de voedende kant anderzijds bleken we allebei te missen. De voedende kant zit hem vooral in het geven van feedback aan elkaar. Alleen werken is veel minder gezellig.

LADY PENELOPE?

Eva: We hebben onszelf vernoemd naar twee slimme, stoere Penelopes. De eerste is Penelope, de vrouw van Odysseus en tevens koningin van Ithaca. Met slimme listen wist Penelope de mannen van het vege lijf te houden terwijl manlief Odysseus maar liefst 20 jaar vocht in de Trojaanse oorlog. De tweede is Lady Penelope van de Thunderbirds. In haar roze Rolls Royce redt ze de wereld zonder dat haar haar in de war raakt. Een stijlvolle en sterke dame. We combineren de goede eigenschappen van de twee Penelope's.

TAC?

Eva: Pas sinds eind juni hebben we onderdak gevonden in TAC. Voorheen werkten we van huis uit, die situatie was erg onpraktisch. Daar komt bij dat TAC een prettige omgeving is om in te werken. Je vindt hier vele verschillende kunstvormen, daarnaast is het de enige verzamelplaats waar creatieve vormgevers in ondergebracht zijn. De mix van disciplines spreekt me wel aan. Alleen zou ik nog wel een soort van kunstenaarscafé willen in het centrum van de stad, misschien zou dat wat zijn voor hier in het gebouw. Zo'n ontmoetingsplek waar lekker geborreld wordt, lezingen worden gegeven en zo.

MISSIE?

Beiden: De wereld veroveren met stijl, humor en inventiviteit.

Iris: Sinds we op de beurs, *salone del mobile*, in Milaan gestaan hebben begint het aardig vorm te krijgen. We hebben de media bestookt met een persbericht waarin

we onze missie hebben aangegeven. Brutaal genoeg kenelijk, naast redactionele aandacht in de *Viva*, *Margriet*, *Architect* en het *Eindhovens Dagblad* hebben we ook interviews gegeven aan *BNN Radio* en *Veronica*.

DRIJFVEER?

Iris: Leuke dingen maken zonder rekening te moeten houden met de beperkingen van het werken voor een baas, dat is mijn passie. De diversiteit van de opdrachten inspireren me ook weer in een zekere zin. We zijn nu bezig met het vormgeven van een stilteruimte voor *Peppelrode*, we hebben instore communication gedaan voor *Nestlé*. Daarbovenop komen natuurlijk de interieurproducten en mode-accessoires. Maar ook de aankleding van het cultuurbal en het boekenbal.

Eva: Als 'eigen baas' kunnen we alles doen, creatieve dingen maken om mensen te verbazen, te verwonderen en te prikkelen.

INSPIRATIE?

Eva: Inspiratie is er altijd, het is nooit weg. Bij mij komt het vaak onderweg, als ik dingen zie, ervaar. Op de meest ongewone momenten heb ik de helderste ingevingen. Onze vastberadenheid om de wereld mooier en leuker te maken, blijft me ook steeds weer inspireren. Ook het werken met verschillende materialen is een enorme inspiratiebron voor me.

TOEKOMST?

Iris: Een succesvolle productlijn lijkt me wel wat. Wat betreft een toekomstdroom: exposeren in *New York*. Onze toekomst op de korte termijn bestaat uit het gereedmaken van onze presentatie voor de *Dutch Design Week*. In het klokgebouw hebben we onze eigen stand waar we onze zeer bijzondere, nieuwe collectie tonen. We zijn nog maar net begonnen...



Marieke van de Graft grafisch ontwerp

Phone: +31 [0] 6.26 31 87 50

Email: info@mvdg.nl

Website: www.mvdg.nl



Marieke van de Graft grafisch ontwerp

Phone: +31 [0] 6.26 31 87 50

Email: info@mvdg.nl

Website: www.mvdg.nl

Marieke van de Graft grafisch ontwerp

Phone: +31 [0] 6.26 31 87 50

Email: info@mvdg.nl

Website: www.mvdg.nl



Marieke van de Graft grafisch ontwerp

Phone: +31 [0] 6.26 31 87 50

Email: info@mvdg.nl

Website: www.mvdg.nl



Marieke van de Graft grafisch ontwerp

Phone: +31 [0] 6.26 31 87 50

Email: info@mvdg.nl

Website: www.mvdg.nl



Marieke van de Graft grafisch ontwerp

Phone: +31 [0] 6.26 31 87 50

Email: info@mvdg.nl

Website: www.mvdg.nl

dat wordt gewoon echt goed!

Met HEYHEYHEY zijn Elske van der Putten en Erik Sjouerman betrokken bij opvallende projecten in Eindhoven; The Little League, een feestje hier, een expo daar. Ze zijn mede-initiatiefnemers van OTHER THINGS en runnen de Shellshop. Een vraaggesprek dat uitmondt in een dialoog met weinig vraag en veel antwoord.

■ JULLIE ZIJN MET **HEYHEYHEY** DE LAATSTE JAREN ERG ZICHTBAAR IN EINDHOVEN. MAAR WAT IS **HEYHEYHEY** ZELF?

Elske: 'HEYHEYHEY is eigenlijk een soort mening, iets dat in ieder geval dicht bij onszelf staat. Daarmee zijn wij alles behalve flexibel, want wij willen wel onze eigen mening doorvoeren.'

Erik: 'Daar ben ik het niet mee eens. Bij ons kun je terecht voor een idee én we weten hoe je dat idee kunt uitvoeren. Maar daarbij staan we wel open voor anderen. Maar als er stroefheid ontstaat hebben wij wel zoiets van; 'vertrouw ons nou maar, het komt wel goed'.'

Elske: 'Wij werken vanuit onze passie en altijd met 100% eerlijkheid. Daarom valt er vaak niet aan te tornen. Je krijgt uiteindelijk iets wat zowel heel dicht bij ons staat als bij de vrager.'

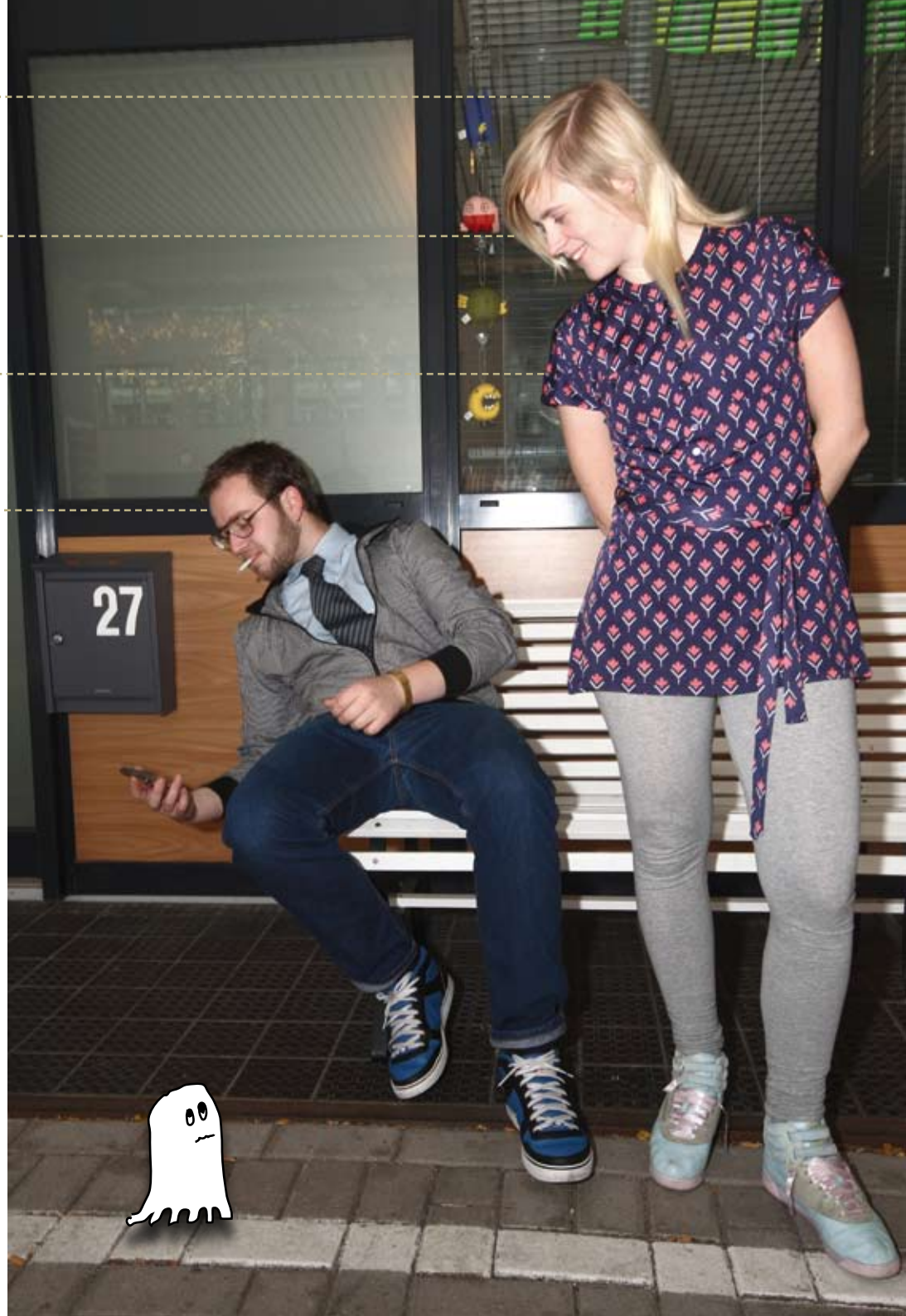
Erik: 'Wij werken wel heel verschillend. Ik ben als een

Willie Wortel die alles tot op de millimeter wil uitwerken, terwijl Elske dan wat stukken hout pakt en het gewoon in elkaar ramt.'

Elske: 'Nou, HEYHEYHEY is meer als het lampje van Willie Wortel, dat bij ons allebei tegelijk aangaat. Qua mening en visie zitten wij helemaal op één lijn. Dát is het goud van HEYHEYHEY.'

■ JULLIE ZIJN EEN PAAR VAN DE KARTREKKERS VAN **OTHER THINGS**. WAT IS DAT? EN WAAROM IS HET ER?

Elske: 'OTHER THINGS is een bundeling van organisaties die tijdens de Week iets organiseren en die zich bezig houden met meer dan design alleen. OT is gericht op de avonduren zodat mensen de week volledig kunnen benutten. De doelstelling is om de bezoekers de Dutch Design Week meer te laten beleven, het liefst de hele week.' >>



Erik: 'Het was tijd voor een nieuw initiatief tijdens de Week. Die is zó groot geworden, als een enorme moloch. Die week is gewoon goed, alleen werden kleinere alternatieve organisaties, waar toch onze passie ligt, ondergesneeuwd. Wij zien het wat meer socialistisch; alle deelnemers zijn even belangrijk.'

Elske: 'OT heeft ook niet één hoofdlocatie, maar is verspreid over de stad. Het geeft aandacht aan al die verschillende leuke dingen.'

Erik: 'OT is heel extravert. Mijn angst zit in de perceptie van anderen: dat men denkt dat wij dit doen om 'bekend' te worden. Maar je moet het niet op die manier benaderen, want dan creëer je zelf de volgende moloch. Aan dat soort namaak anarchisme doe ik niet mee. Als je met verschillende organisaties het gevoel hebt dat je niet van belang bent, dan zorg je samen gewoon voor jezelf? Samen creëer je slagkracht, zelfredzaamheid. OT is niks anders dan een bundeling met een eigen uiting, zodat het gezien wordt.'

Elske: 'OT speelt in op de behoefte van een grote groep mensen aan een week die leeft. Een week met feestjes, optredens, van alles eigenlijk.'

Erik: 'Dit wordt gewoon echt goed! Het moet een begrip worden dat je de laatste week van oktober naar Eindhoven gaat.'

■ HOE VERHOUDT **OTHER THINGS** ZICH TOT EINDHOVEN ALS CULTUURSTAD?

Erik: 'Ik maak me niet druk om cultureel Eindhoven. Hoort HEYHEYHEY bij "cultureel Eindhoven" wanneer wij een expositie organiseren? OT is gewoon...'

Elske: '...iets anders.'

Erik: 'Voor mijn part ontstaat er een groep die in de Week iets met grafisch ontwerp gaat doen. Helemaal goed. Nog beter als die groep dat vanuit één gedacht neerzet, maar dat kan alleen als niemand zich aangevalen voelt.' >>



■ HOE STAAT HET MET EINDHOVEN ALS CULTUURSTAD?

Erik: 'In De Daily Whatever stond vorig jaar een goed stuk met de vraag: Wat is een stad? Het gaat erom dat je hier bent en er wat van maakt. Kijk, in Eindhoven zitten de opdrachten niet...'

Elske: 'Nou, zo moet je niet naar een stad kijken. Qua opdrachten maakt het niet uit. Als je goed bent kun je dat overal doen. Ik blijf omdat ik hier mijn bedrijf op poten kan zetten. We zijn hier met een grote groep interessante mensen die interessante dingen aan het doen zijn.'

Erik: 'Wat Eindhoven is als cultuurstad is een marketingvraag. Ik ben hier niet om de stad te marketen, maar om te zorgen dat die shit gebeurt.'

Elske: 'Een thema als licht, sport of design boeit niet. Het gaat er om wat je er mee doet. Het lijkt hier soms andersom te gaan. Iemand verzint een naam en dan lijkt het alsof we daaraan móeten voldoen. Maar zo werkt het niet.'

■ HOE DAN WEL?

Erik: 'Het is een trend. De ene na de andere stad roept zich uit tot creatief capitol. Maar ik ga echt niet naar Rotterdam omdat beleidsmakers zeggen dat het daar creatiever is.'

Elske: 'Het gaat erom dat wij het hier leuk hebben. Ik voel me verbonden om te blijven en om er iets vets van te maken. Wij leggen die lat heel hoog. Wij werken met mensen die proberen te zorgen dat het een stad wordt waar je je thuis voelt en waar dingen gebeuren. Laat ons het maar gewoon doen. Voor mij is dat haast een missie.'

Erik: 'Oh voor mij niet. Je moet de dingen laten gebeuren, dan moeten de marketeers maar zien wat ze er mee doen. Iets wordt toch achteraf pas legendarisch. Dat kan voor alles gelden. Misschien wordt **OTHER THINGS** dat wel, of het Stroomhuis. Kijk naar dit pand (De Shellshop aan de Vestdijk, red.). De eigenaar vindt het een bouwval. Wij zien een stukje Eindhovense geschiedenis.

We maken er wat van en nu vindt iedereen het opeens een superlocatie.'

■ WAT IS JULLIE ROL IN DE CULTUREEL EINDHOVEN?

Elske: 'Geen.'

Erik: 'Gewoon, die mening...'

Elske: 'Wij zijn één van de velen die Eindhoven voor ons interessant maken, maar daar zijn we niet zo bewust mee bezig.'

Erik: 'De gemene deler is niet creativiteit, maar de noodzaak om iets te doen en daar gaat altijd creativiteit mee gepaard.'

Elske: 'Als het erop aan komt hebben we er wel een mening over, maar wij zijn niet de mensen die het voor het zeggen hebben.'

■ WAT IS DAN DIE MENING?

Elske: 'Het marketen staat me tegen, want dan heeft iemand bedacht dat het zo moet.'

Erik: 'Wat er op Strijp S gebeurt zie ik soms met lede ogen aan. Dat wordt gepland door grote jongens die ver van de creatieve realiteit af staan. Zij willen geld verdienen. Zij kijken naar voorbeelden in Berlijn en New York en denken; "Zó moet het!". Maar zoiets cultiveer je niet, dat moet ontstaan. De creatieve sector kiest toch veel liever zelf wat ze wil doen. Kijk naar de noodzaak die er is en doe daar iets mee.'

Elske: 'In de binnenstad zie je ook vooral ketens. Dat komt door hoge huren, dan is er geen plaats voor leuke kleine winkels, hoezeer je dat als stad ook zou willen. Want dat vinden ze altijd zo leuk, die kleine aparte winkeltjes.'

Erik: 'Met Strijp is het net zo. Ze geven je een ruimte met helemaal niks er in, want dan kun je doen wat je wilt. Maar ze vragen wel een torenhoge huur én het is tijdelijk. Dat is een heel kleinzielige houding naar de creatieve sector. Als je wilt dat er iets gebeurt, geef dan gewoon die ruimte en haal dat winstoordeel er af!'

<<



de tempel van Lockfeer en Elshout

Voor de tweede keer gaan 'design cooks' Maarten Lockfeer en Franke Elshout van Keukenconfessies het restaurant van TAC stevig onder handen nemen. Of om in de sfeer te blijven: ze scheppen een nieuwe omgeving. Samen met ontwerpbureau Snodevormgevers bouwen ze een Food Tempel. Dit in het kader van Holy TAC!, het thema van TAC tijdens de Dutch Design Week.

WE GAAN SPELEN, MAAR HET MOET WEL EEN EETGELEGENHEID BLIJVEN.

Net als vorig jaar gaan ze proberen hun gasten negen dagen lang te verrassen. En niet alleen de bezoekers, maar ook zichzelf zullen voor verrassingen komen te staan. Maarten Lockfeer: “We weten namelijk nog niet precies wat we gaan doen. Een opdracht als deze groeit vanzelf. We hebben elke dag een thema en dat gaan we uitbouwen. Er is natuurlijk een basis van lekkere smaken en we kunnen terugvallen op dingen die we al eerder gedaan hebben, maar er zullen ook gerechten ontstaan. En we willen ook kooktechnieken uitproberen die nog niet zo bekend zijn.”

Thema's als ‘het Lam Gods’ of ‘Hemelse modder’ spreken nog wel tot de verbeelding, maar bijvoorbeeld Holy Smoke? Dat klinkt al een stuk spannender. En er zijn nog veel meer thema's die op het geloof gebaseerd zijn. Deze uitdagingen zijn wel toevertrouwd aan Lockfeer en Elshout. Zij krijgen regelmatig opdrachten van creatieve instellingen om ‘iets met het eten te doen’. Lockfeer: “Het is geweldig dat we in TAC helemaal vrij zijn om te doen waar we goed in zijn: mensen voorzien van een lekkere maaltijd, in een mooie omgeving met spannende gerechten. Je kunt heel ver gaan met het aantrekkelijker en avontuurlijker maken van eten, bijvoorbeeld in verpakkingen en met verleidingen. Dit alles gemaakt door priesters die het bereiden van eten verstoppen achter elementen van het geloof. Ze creëren gerechten die anders smaken dan je zou verwachten. We gaan spelen, maar het moet wel een eetgelegenheid blijven.”

We kunnen natuurlijk niet te veel verklappen, maar het geloof in het nieuwe koken, het moleculair koken, gaat in de tempel zeker een belangrijke rol spelen. “Dat gaat zo ver, dat heeft bijna niets meer met koken te maken, maar het is zeker een trend in de keuken. Of dit ook echt het nieuwe koken wordt is nog maar de vraag, want tegelijkertijd zie je ook weer steeds meer het slow cooking.” Lockfeer is ervan overtuigd dat eten nog meer dan mode trendsettend is. Zelf heeft Lockfeer niets met het traditionele geloof. “Het is wel mooi dat het mensen samenbrengt en dat mensen samen ceremonies en tradities hebben. Dat samen zijn van mensen is belangrijker dan de kerk ooit is geweest.”

Maarten Lockfeer (31) en Franke Elshout (25) zijn vijf jaar geleden begonnen met hun bedrijf Keukenconfessies. Ze werken vanuit hun keuken in het Klokgebouw en doen hele speciale dingen met eten. Lockfeer is kok en Elshout richt zich vooral op de presentatie, maar kan zelf ook heel goed koken. Ze studeerde twee jaar geleden af aan de Design Academy.

Honger gekregen of nieuwsgierig geworden? Voor acht euro per maaltijd kun je tijdens Holy TAC! engeltjes over je tong laten vliegen.



holy tac!

TAC gaat tijdens de Dutch Design Week met het festival Holy TAC! op zoek naar het ontwerpen voor het geloof. Maar Holy TAC! gaat ook op zoek naar het geloof in het ontwerp. Want geloof en ontwerp hebben veel met elkaar te maken. Holy TAC! ziet ook de tegenstellingen die rondom het thema geloof aan de orde zijn. Is geloof persoonlijk of alomvattend, is het een individuele overtuiging of een gemeenschappelijk idee? En waarin zitten de verschillen tussen religie en geloof? Deze paradoxen stelt Holy TAC! aan de orde. We vroegen ontwerpers en kunstenaars om te reageren op deze vragen en paradoxen.

1. MET WELKE GEDACHTE STA JE OP?

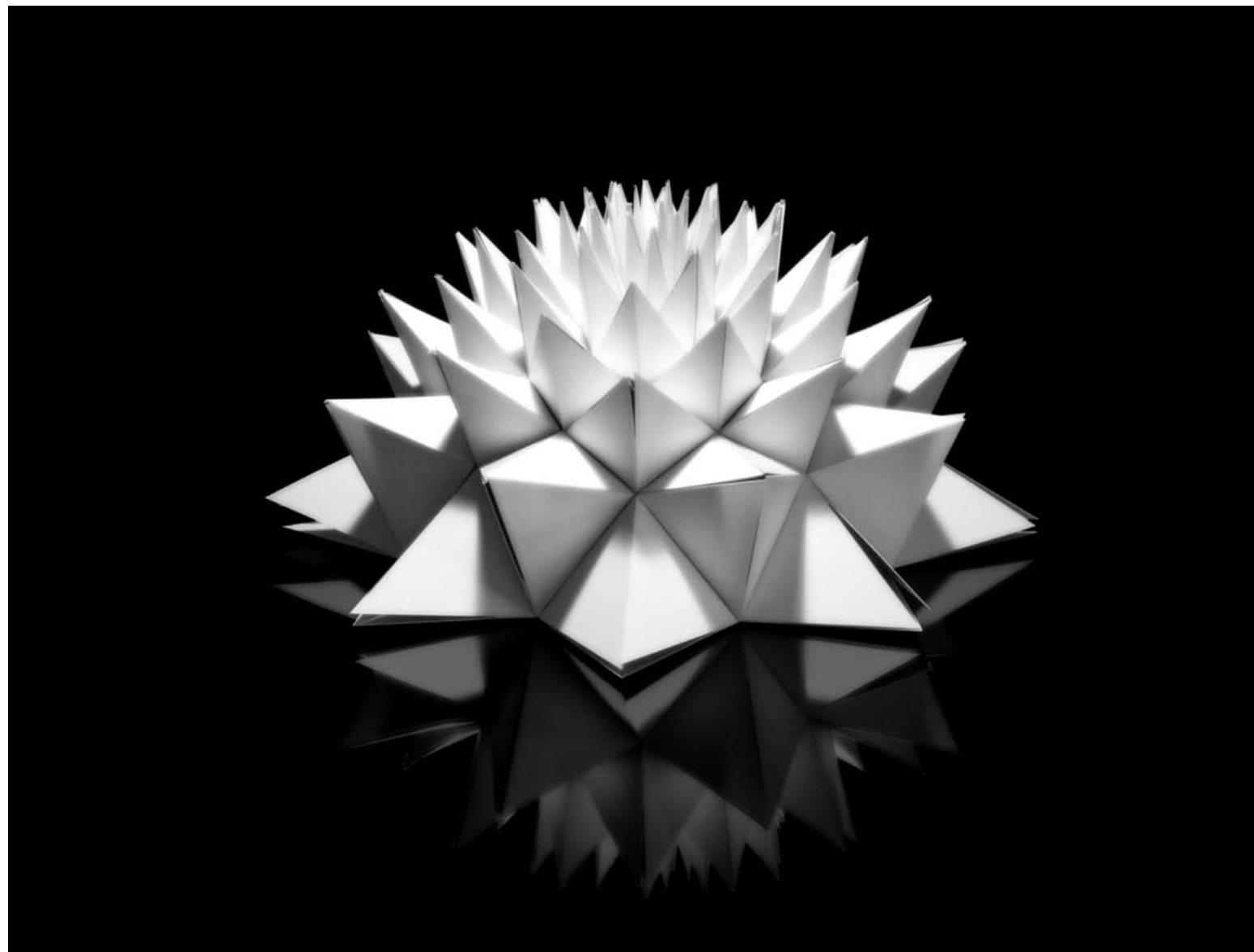
- Welk ‘juweeltje’ ga ik vandaag dragen? Anna Maria Cornelia
- Kom op, doorlopen jongske. Leo Van Vegchel
- Dat het allemaal toch geen zin heeft, dus tijd voor mooie gedachten. Harm Jan Vrolijk
- Wat heb ik eigenlijk gedroomd vannacht? Angela Jansen
- Nou, daar gaan we weer. Etienne Reijnders

2. WIE DANK JE VOOR JE ETEN?

- Eenieder die voor me kookt! Nanne Meulendijks
- De winkels die na 20u nog open zijn in België. Anna Maria Cornelia
- Ben altijd blij dat er überhaupt eten op tafel staat en daar sta ik dan wel even bij stil. Moniek Driessé
- Me, myself and i. Miranda van Kunstlab
- God. Dinant Vallentgoed

3. WAT IS JE LAATSTE GOEDE DAAD?

- Ik probeer ieder mens werkelijk te zien en liefde te geven in een glimlach. Jennifer Bruinendaal
- De wereld gered van een slecht ontwerp. Tijs van Stil Buitenruimtes
- Het fietslampje uitdoen van iemand die zijn fiets buiten had staan. Jasper Kooper
- Aandachtig zijn. Marjolijn Guldmond
- Lekker gekookt voor een dakloze Algerijn. Freek Taute



dat wat zich afzet
tot dun op de huid
om in elke wending
de grond te lichten

zo ben je gebogen
vanuit onderin zijn
eenvormig verschillen
draai je de eenvoud

buig dan mijn lijn tot vlak
tot iets zijn van altijd
om jouw punt maakt

verschaalt deze wil
komt het ontluiken
van beide kanten.

WERK ANOUK OMLO

GEDICHT ACG

Z-city in e-town

Image Radio; Visueel gemaakte radiogolven vormen interactieve experimenten in de publieke ruimte. Kunstenaars uit binnen- en buitenland presenteren, verspreid door Eindhoven, een serie installaties waarbij interactie tussen de kunst, de ruimte en het publiek centraal staat. Dat klinkt abstract, maar wat is het? Image Radio is zomaar 'een cultureel evenement' in Eindhoven.

Image Radio gaat echt ergens over. Over interactieve beeldtaal en nieuwe media die in sneltreinvaart tot de kern van onze samenleving binnen dringen. Technologische ontwikkelingen die zich zó snel verspreiden, dat we de kans niet krijgen stil te staan bij de impact die ze hebben op de mens en haar omgeving. De publieke ruimte van de Mathildelaan tot aan het stationsplein wordt door diverse kunstenaars benut om met interactieve installaties vragen te stellen en mogelijke antwoorden te geven. Op welke wijze beïnvloeden geanimeerde visuals in de publieke ruimte onze culturele, sociale en fysieke omgeving? Het festival biedt tegelijk een experiment, een kritische reflectie en een toekomstbeeld. **URBAN SCREENS** Met het evenement trekt organisator MAD Emergent Art Centre, een laboratorium, platform én provider op het raakvlak van kunst, technologie en wetenschap, internationale kunstenaars naar de stad. De Berlijnse onderzoeker Mirjam Struppek is één van de deelnemers. Sinds 2004 doet zij onderzoek naar de functies van beeld in de publieke ruimte. Zij onderzoekt hoe commercieel gebruik van buitenschermen kan worden verbreed met culturele inhoud. Zij geeft met dit fenomeen van Urban Screens kunstenaars de ruimte hiermee te experimenteren. Image Radio toont hoe ieder daar op zijn manier mee omgaat.



Z-CITY De Antwerpse kunstenaar Brecht Debackere heeft zijn eigen ideeën over beeld in de publieke ruimte. Zijn werk, Z-City, heeft betrekking op het spanningsveld tussen fysieke en virtuele ruimte. Volgens Brecht is het de taak van de kunstenaar om deze evolutie naar steeds meer beeldschermen in de openbare ruimte in vraag te stellen. Hij doet dat zelf door het publiek een vertrouwde interface voor te schotelen die een verwachting creëert, maar daar niet aan voldoet. In Z-city wordt de stad gekenmerkt door haar architectuur. In de fysieke ruimte functioneren stations, kerken, flats en pleinen als oriëntatiepunten voor inwoners en bezoekers: gebouwen verschijnen of verdwijnen achter andere of raken uit zicht bij het inslaan van een zijstraat. In Z-city blijven ze zichtbaar. "Er wordt gespeeld met het idee van motief en achtergrond, van herkenbare vormen en oriëntatiepunten en hun vaak onzichtbare tussenvormen," aldus Brecht. De installatie neemt de vorm van een stadsplattegrond over waarbij de kaart wordt vervangen door een scherm. De gekozen route wordt daarop gevisualiseerd, maar net even anders als je verwacht. **IMAGE RADIO / 2, 3 EN 4 NOVEMBER 2007 / WWW.IMAGERADIO.NL**

'URBAN SCREENS PRELUDE OF VIRTUAL REALITY IN PUBLIC SPACE?'

Naast de expositie van installaties organiseert MAD een Image Radio symposium. Vooraanstaande sprekers, waaronder Mirjam Struppek, geven hun visie op de ontwikkelingen van de functies van beeld in de publieke ruimte. Wat betekent dat vanuit een artistiek, architectonisch of juist sociologisch perspectief?

SYMPOSIUM IMAGE RADIO 2007 / ZA 3 NOVEMBER / 13:00 TOT 17:00 UUR / VAN ABBEMUSEUM



2710

TACLIVE

is een tweemaandelijks podium voor artiesten en bands die wel zeer de moeite waard maar niet in de Effenaars van deze wereld te vinden zijn. Nog niet. Geluid waarvoor nog geen hokje ontworpen of groot genoeg is. TACLIVE draait om eigenwijze muziek en eigenzinnig publiek.

TACLIVE

De evenwichtige organisatorische drie-eenheid is dit seizoen noodgedwongen teruggebracht tot one-woman-army Nicole van den Biggelaar. Multitasker Boris van Vorstenbosch ondersteunt tijdelijk want TACLIVE is voornemens te groeien. Potentie is aanwezig, versterking is onderweg.

TACLIVE

ZATERDAG 27 OKTOBER,
21.00 UUR.

De personeelsleden van Surrounded steken de Zweedse tong uit naar The Flaming Lips en nemen de tijd om hun emotioneel geladen muziek luchtig te laten dwarrelen voordat ze gevechten van alle kanten op je afkomen met dromerige uitbarstingen.

TACLIVE

Door het publiek nog vaak benaderd als een veredelde bandshowcase, de opzet van TACLIVE is echter een volwaardige stapavond met dansspasjes en sjanspasjes voor de mens die zichzelf niet of niet wekelijks wil terugvinden in de doorsnee discodancings aan de dommel. Leuk bedacht, maar kom toch zeker en vooral voor de bands.

TACLIVE

VOOR GRATIS EEN ERVARING RIJKE.

TAC INTRO	2-3	OPINIE: HEYHEYHEY	18-21
ROB STORK	4-5	ANNIE DRAAIJER	22-23
TAC-GENOOT: ZLDA	6-9	HOLY TAC!	24-27
IDEEËNFABRIEK	10-13	ACG VS ANOUK OMLO	28-29
LADY PENELOPE	14-15	IMAGE RADIO	30-31
MARIEKE VAN DE GRAFT	16-17	TAC LIVE	32

VANTAC is een uitgave van TAC

Temporary Art Centre
Vonderweg 1
5611 BK Eindhoven
T 040-2461325
www.tac.nu
info@tac.nu

Voor meer informatie
over deze publicatie:
vantac@tac.nu

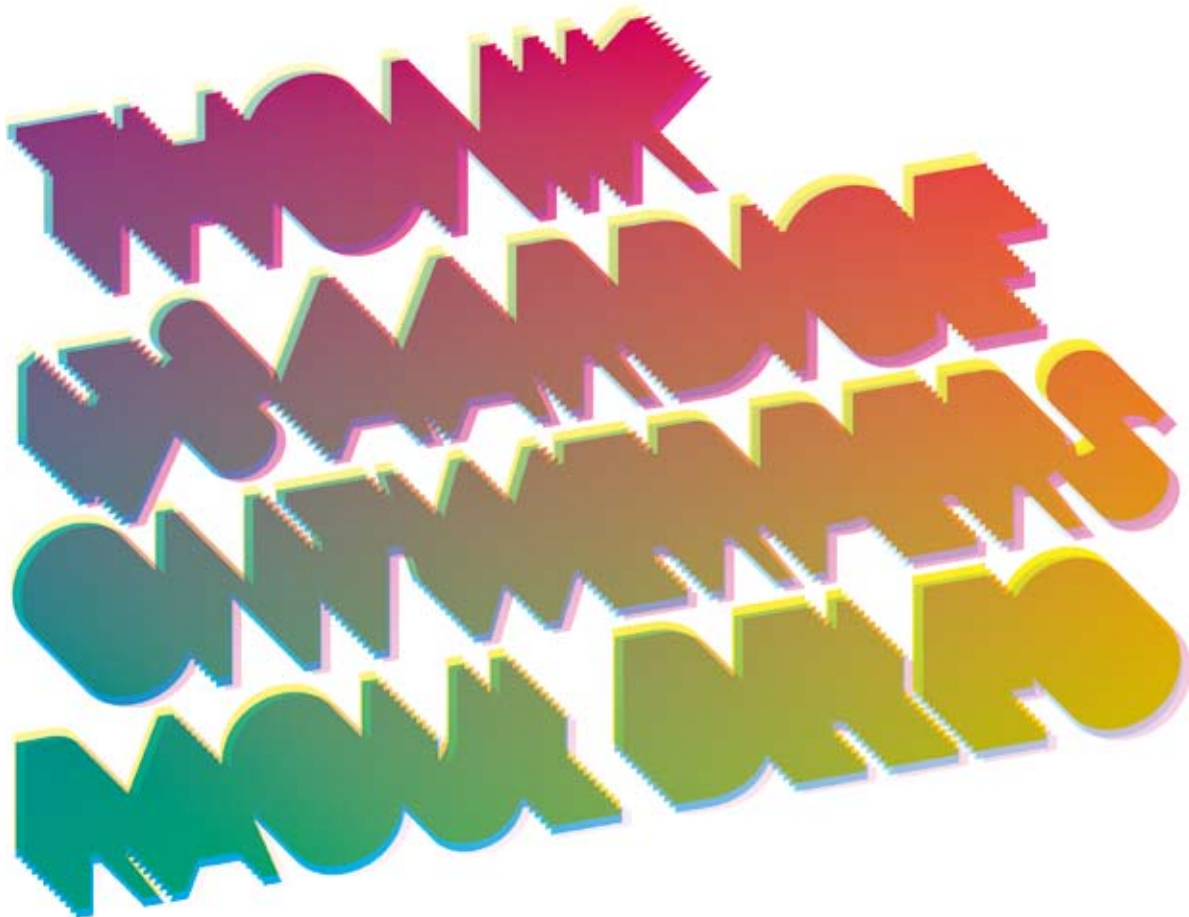
Alle auteursrechten ten aanzien van
(de inhoud van) deze publicatie worden
uitdrukkelijk voorbehouden. Deze
rechten berusten bij het Temporary Art
Centre c.q. de betreffende auteur.

HOOFDREDACTIE EN ORGANISATIE Loek Daemen (Stadvis Produkties)
EINDREDACTIE Anita Vliegenberg
BEELDREDACTIE Marieke van de Graft (MVDG.nl), Loek Daemen
TRAFFIC MANAGEMENT Martijn Verhagen
TEKSTEN Loek Daemen, Hessel Rippe, A.C.G. Vianen, Martijn Verhagen,
Frank van den Nieuwenhof, Patrick Wierclx, Anita Vliegenberg,
Freek van de Wijdeven, Daniëlle van Dosselaar
ONTWERP BASISLAYOUT Mariëlle Mijs (Made in Holland.nl)
GRAFISCH ONTWERP Marieke van de Graft (MVDG.nl)
ILLUSTRATIE OMSLAG Teun van den Wittenboer
FOTOGRAFIE Marjan Holmer, Rob Stork, Boudewijn Bollmann,
Annie Draaijer, Fulco Treffers, Keukenconfessies
DRUK Roto Smeets GrafisServices
PAPIER Papiergroothandel ModovanGelder
BINDING Nadruk BV
OPLAGE 2500 stuks

VANTAC Magazine is een uitgave van het Temporary Art Centre in Eindhoven. VANTAC wordt op vrijwillige basis geschreven en vormgegeven door professionele tekstschrijvers, fotografen, grafisch ontwerpers en kunstenaars. Voor de vormgeving krijgen de grafisch ontwerper en de ontwerper van de omslag volledig de vrije hand. Hiermee voor zien zij het blad van hun eigen signatuur. Elke editie wordt door een andere ontwerper en kunstenaar vorm gegeven. VANTAC Magazine wordt kosteloos geproduceerd door Roto Smeets GrafisServices, Papiergroothandel ModovanGelder en Nadruk BV.

Donderdag 25 oktober

HELDEN VAN DE HEIDELBERG 07



Thomas Wildershoven

THONIK

Erik Hoogendoep en Joost Poekstra

**178 AARDIGE
ONTWERPERS**

Illustrator

**RAOUL
DELEO**

Presentatie

**IVO
NIEHE**