

Li Edelkoort is een van de pioniers van het vak der trendforecasters. De koningin van de glazen bol op het gebied van trends in mode en design. Sinds kort zelfs de *iron maiden*, nu ze in haar werkland Frankrijk geridderd is tot *Chevalier des Arts en des Lettres*. En in de toekomst ook Alice in Wonderland, gezien haar huidige fascinatie voor de geestverruimende paddestoel. Een gesprek in haar studio Trend Union in Parijs.

tekst: annemiek van grondel

de tijdreizen van li edelkoort

VIEW ON COLOUR 29

THE COLOUR FORECASTING BOOK



ON SABBATICAL

D | € 59 | F | € 58 | I | € 57 | £ 40



Salone del Mobile, Milaan, 2008, Soojin Hyun, House on the table, foto: René van der Hulst

In februari van dit jaar kreeg ze een heuse ridderorde opgespeld. *Chevalier des arts et des lettres* mag Li Edelkoort zich voortaan noemen. In de studio van haar bedrijf Trend Union werd een ceremonie gehouden, speels en plechtig tegelijkertijd, compleet met piano, zang, speeches, een diner en een groot feest. De voorzitter van de *Chambre Syndicale de la Haute Couture et du Prêt-à-porter* overhandigde haar de bekroning die werd geïnitieerd door het Franse Ministerie van Cultuur. 'Deze onderscheiding gaat over je denkgood, en daar ben ik dan ook trots op', vertelt Edelkoort in haar Parijse kantoor, vanachter een grote tafel met uitzicht op een tuin en de ruimtelijk ingerichte eerste verdieping van het pand. 'Ik ben er heel blij mee, mijn tentoonstelling in Fort Asperen heette *Armour*, en ik ben al jaren bezig met alles wat met maliënkolders enzovoorts te maken heeft. Dus het ridderschap past wel bij mij.' Ridders, maliënkolders, forten en luchtkastelen. Het sprookje van een van 's werelds beroemdste trendforecasters begon in de jaren vijftig in Wageningen. 'Ik was een meisje dat alles om haar heen verzoon, vormgaf en in karton realiseerde', vertelt Edelkoort. 'Ik leefde

heel gelukkig in mijn eigen fantasiewereld. Na de lagere en middelbare vond ik aansluiting bij mijn kleutertijd op de afdeling Mode en Textiele vormgeving van de kunstacademie in Arnhem. Daar kon ik weer "spelen". Op haar 21ste ging Edelkoort werken als forecaster en stylist bij De Bijenkorf. In Frankrijk was het al usance, maar in Nederland was zij een van de pioniers. Ze deed de prognoses voor de afdeling inkoop en werd daarbij ondersteund door het beroemde Franse stylingbureau Mafia. De liefde voor een grafisch ontwerper dreef haar vier jaar later naar Parijs, waar hij woonde en werkte. De ontwerper vormde vooral de aanleiding om de vleugels uit te slaan. Edelkoort glimlacht. 'Ik wilde naar het buitenland. Ik was al ter verkenning in Milaan en New York geweest. Hoewel Parijs niet direct op de nominatie stond, werd het door die verliefdheid toch de Lichtstad.' Deze toevalligheid zorgde wel voor consistente verandering. Edelkoort is al 33 jaren trouw aan zowel Frankrijk als Nederland. Ze bezit een appartement in Parijs, een buitenhuis in Normandië en woningen in Amsterdam en Eindhoven. Naast het wekelijks heen en weer reizen naar haar geliefde, ontwerper Anthon Beeke, die zij in 1987 leerde kennen en die nog altijd in Amsterdam woont, vliegt de forecaster voor het geven en krijgen van inspiratie over de hele wereld. 'Ik ben zowel trouw aan Frankrijk als aan Nederland', merkt Edelkoort op. 'Ik ben in die zin polygaam dat ik kan houden van twee gebieden, en dan ook nog van een heleboel andere plekken ter wereld.'

.....sabbatical

In het trendforecastingvak worden fenomenen, mentaliteiten en tendensen onderscheiden. Fenomenen staan voor de waan van de dag, in de mode aangewakkerd door de *people press*. Edelkoort: 'Daar houden wij ons niet bezig, dat is meer iets voor trendwatchers.' Met mentaliteiten wordt bedoeld hoe bepaalde nationaliteiten en demografische groepen zich gedragen en wat een nieuwe levensvorm, opvatting of richting wordt. Tendensen zijn lange tijdsvakken waaruit men kan aflezen hoe we onder meer leven, eruitzien, en consumeren. Edelkoort heeft hulp bij het in kaart brengen van mentaliteiten en tendensen van haar 15 werknemers. Bij het 20 jaar geleden opgerichte Trend Union, gevestigd in Parijs, New York en sinds vorig jaar ook in Tokyo, komt een derde van de omzet uit de Verenigde Staten, een derde uit Azië en een derde uit Europa. Edelkoort is trots op haar oudste klanten. 'Met Nissan werk ik al twintig jaar samen. Ieder jaar doen we met hen een project.' Edelkoort adviseerde een autofabrikant een ronde, familievriendelijke auto te ontwerpen. De Nissan Micra werd prompt in 1993 tot *European Car of the Year* benoemd. Ook bedachten zij en haar team de naam voor het Gucci-parfum *Rush*, ontwierpen horloges voor

Family of Form, Maaike Bertens, View of Bengetijk, 2006 foto: José van Riele



Swatch en ontwikkelden een formule voor Sprite.

View on Colour is het trendblad dat Edelkoort jarenlang elk seizoen maakte, een prachtig, inspirationeel blad zonder advertenties, de droom van elke hoofdredacteur. Inmiddels is het tijdelijk stopgezet. 'Het was erg veeleisend en het werd een soort tredmolen daarom hebben we het blad in 2005 op sabbatical gestuurd', zegt Edelkoort glimlachend. 'Ik kreeg laatst een ansichtkaart uit den vreemde dat het wel weer terug wilde komen.' Wel verschijnt nog steeds trouw *Bloom*, twee keer per jaar. Het laatste nummer behandelt op softe manier een gewaagd onderwerp: 'erotism'. Volgens hoofdredacteur Edelkoort 'kun je in de huidige maatschappij niet met hardcore aankomen, want dan kun je je omzet vergeten. Bovendien is dat met bloemen niet eenvoudig. Porno is natuurlijk voorbij, maar erotiek bloeit, in textiele vormen bijvoorbeeld. Dit is de tijd om je van binnen naar buiten te laten zien.'

.....prijspeculatie

Een van de hemelbestormende plannen uit de koker van Edelkoort in haar hoedanigheid van voorzitter van de Raad van Bestuur van de Design Academy, waar zij jaren les gaf, is het vorig najaar geopende Designhuis, een voormalig kantongerecht vlak bij het Van Abbemuseum en het Stadhuis in Eindhoven. Het eindjarenzestiggebouw biedt volgens haar de perfecte setting voor congressen en exposities: drie verdiepingen tellend maar door de verschillende ruimten toch intiem aandoend. Het kostte vier maanden om het gebouw te transformeren tot de designtempel die het nu is. Edelkoort is aangesteld tot artdirector. *Family Of Form* was een spraakmakende overzichtstentoonstelling over 60 jaar Design Academy, en in de huidige expositie *Form + Volume* (tot en met 15 juni) staat design als strategie centraal. Het gaat over de invloed van vormgeving op de alledaagse zaken in het leven, in een selectie van waren van bedrijven als Muji (Japan), HEMA, H&M, Coin (Italië) en Mr. Price (Zuid-Afrika). De aanleiding voor de expositie vormde het pact tussen het Rijksmuseum en de HEMA, dat een productlijn lanceert geïnspireerd op de collectie en meesterwerken van het Rijks. 'Daarnaast tonen we ook de succesvolle samenwerking van Viktor&Rolf met H&M', zegt Edelkoort. 'High & low. Goede vormgeving moet een deel van de strategie van een bedrijf zijn. We tonen aan hoe belangrijk de invloed van de luxe- en designindustrie is op de volumemarkt, waar de basisconsument van profiteert. Allerlei dagelijkse producten zijn aanmerkelijk in stijl en aandacht verbeterd: een kaars is een sculptuur, brood een creatie, een zeepje een beleving.' Daarnaast ontwaart Edelkoort een nieuwe tendens in de auto-industrie om voor de



Salone del Mobile, Milaan, 2008, Reinier Koster, OKES, foto: René van der Hulst

nieuwe economieën budgetauto's te maken. Zo kwam Renault in Roemenië met de *Logan*, die voor achttien duizend euro verkocht wordt en nu ook een bestseller in de rest van Europa is. Tata in India heeft een eigen auto voor zesduizend euro, en Opel komt volgend jaar met een goedkope *citycar*. De expositie toont een nieuw Renault-model voor de Braziliaanse markt. *Form + Volume* bewijst dat design, dat het laatste decennium in oprijving van marktprijzen de kunstmarkt naar de kroon steekt, nu ook voor mensen met een krappe beurs toegankelijk wordt. Een subtiel antwoord wellicht op de kritiek die enige jaren geleden ontstond op het conceptualisme van de Design Academy en van Droog Design. Sommigen laken het feit dat maar weinig ontwerp daadwerkelijk in productie wordt genomen en dat veel modellen prototypen zijn of linea recta in het museum terecht komen. 'Niet alles hoeft voor de massa te zijn', reageert Edelkoort. 'En sommige ontwerpen gaan wel degelijk in productie. Het goeie van deze hedendaagse ontwerpers is dat zij beide kanten bescapen. Deze nieuwe markt van enorme prijsstellingen voor ontwerp is niet veroorzaakt door de ontwerpers, maar door de markt

die er zelf om vraagt. Die prijspeculatie is ontstaan omdat er maar een paar spelers zijn.'

.....fantasie

De term 'neobarok' in de vormgeving valt, de stroming die haaks staat op het minimalisme van de jaren negentig en het functionalisme en conceptualisme van Droog Design. Liever zou Edelkoort het 'versierend' willen noemen in plaats van barok, omdat het ook verwijst naar allerlei andere stijlperiodes als Art Deco, Art Nouveau, Renaissance of Middeleeuwen. Misschien is het beter te duiden als de renaissance van de fantasie. 'Het decoratieve en expressieve zal altijd blijven bestaan, maar steeds in een andere verschijningsvorm', vindt zij. 'Het publiek wordt door allerlei ontwerpen gevoed in die intrinsieke wens tot fantasie. Dat gaat van plakplaatjes tot aan de guirlandelamp van Tord Boontje en de *Heatwave* van Joris Laarman. We leven in een tijd van fantasie. En daar zijn we zeker nog niet klaar mee.' Naast de drang tot expressionisme zijn er ook andere kapitale processen aan de gang. Zoals de hang naar natuurlijkheid, wat tot uiting komt in het biologische, door de natuur gemaakte. Recht tegenover het 'versieront-



Salone del Mobile, Milaan, 2008, vlnr: Els Woldhek, Bastard, Vincent Geraedts, Bigfoot, Philippe Malouin, Grace Table, foto: Claus Lehmann

..... werp' stond haar tentoonstelling op de laatste Salone di Mobile in Milaan. Oud-studenten van de Design Academy presenteerden zich daar in galerie Spazio Rossana Orlandi onder de titel *Still*: terug naar de functie, in neutrale kleuren en materialen en met weinig poespas. De getoonde ontwerpen hebben twee functies in één, zoals een tafel die verwarmt, een tafel die ook een huis is of een klapstoel die tevens fungeert als klerhanger. 'De term minimalisme proberen we te vermijden', meldt Edelkoort. 'Dat is op een gegeven moment zo burgerlijk geworden. De ontwerpen op de expositie zijn gewoon recht voor zijn raap en functioneel.' Net als bij wijnjaren ontstaan bij de lichten studenten gebieden, heeft ze gemerkt. 'We zien op de Design Academy steeds dat je talent kunt voeden en oogsten. Die school is net een boerderij. Waar we nu een groot punt van maken is duurzaamheid. Dat gaan we in het curriculum integreren.'

.....boer zoekt stijl

De zomertrendlezingen van Li Edelkoort maakten zoals gewoonlijk een tour langs diverse steden, waarvan Amsterdam dit voorjaar de laatste stad was. De eerste lezing over de wintervoorspellingen van 2009/2010 is alweer achter de rug; het thema hiervan luidde: *'How wonderful'*. Het optimisme houdt aan, volgens Edelkoort, die de bijbehorende trendpublicatie een 'blij winterboek' noemt. Dat steeds meer varianten zijn te vinden in de trends die zij voorspelt, wordt verklaard door

de hedendaagse gelaagdheid van de markt: 'Er zijn zo'n zeven verschillende niveaus van mensen in mijn zaal. Van supervolume- tot superdeluxe-klienten met daartussen allerlei takken van bedrijven. Voorheen kon men met drie, vier thema's per halfjaar toe, nu geef ik er acht tot twaalf. Wij werken voor bedrijven van heel verschillende aard, niet alleen op het gebied van textiel, maar ook horloge-, auto-, cosmetica- en parfumbedrijven.' Op het trendcongres waarschuwde ze het publiek zich niet langer te veel te laten leiden door marketing, waar design voorop zou moeten staan. 'We hebben marketing nodig', tekent ze aan, 'maar het is niet realistisch om marketing al het werk te laten doen, want op een gegeven moment heb je een gebrek aan ideeën. De afgelopen jaren moesten de designers vaak dansen naar de pijpen van de marketeer. Vroeger kopiëerde de volumemarkt de couture, inmiddels is het soms andersom. De *greed* van deze maatschappij is er de oorzaak van dat er niet genoeg ontwikkeld wordt en risico's worden vermeden. Sommige bedrijven steken hun nek uit: Marni, Moooi, Missoni. Die bewijzen dat je door het werken met interessante vormgevers wel degelijk financieel resultaat boekt. Wie had ooit gedacht dat een paard met een lamp op zijn kop zou scoren, dat een verbrande stoel een bestseller zou worden?'

Edelkoort is ervan overtuigd dat de maatschappij baat zal hebben van het koppelen van wetenschap aan de creatieve vakken, waarbij nieuwe ontdekkingen zullen worden gedaan. Enthousiast: 'Je kunt bijvoorbeeld vormgeving biologisch *engineeren*, kunt botmateriaal laten groeien, zodat je wellicht meubels kunt zaaien en oogsten.' Het gevaar van een nieuwe ethische kwestie, waarbij genetisch gemanipuleerd wordt omwille van luxeartikelen, erkent ze. 'Maar het voordeel is geen transport, minder industrie. De toekomst is de boer. Door de groei van nieuwe economieën in Zuid-Oost Azië, Afrika en Zuid-Amerika wordt de consumptie van voedsel versterkt. We zitten met een gebrek aan middelen in Europa, waardoor de boeren daar meer kansen krijgen. Daarnaast willen we biologische en steeds betere lokale middelen, want we willen vechten voor het milieu en tegen onnodig transport. Aan de Columbia University van New York wordt onderzoek gepleegd om in de stad verticaal te kunnen verbouwen, dus in pandig, waardoor je verse biovoedselproductie zonder transport bij de mens brengt.' Volgens Edelkoort gaan het boerse/rurale en het stadse/urbane een fusie aan. 'De stadsmens wordt boer, en de boer aristocraat en oliebaron van de toekomst. Hij zal ons van brandstof voorzien, kleden, voeden, preventief genezen en bloemen leveren, en hij kan vormgeving engineeren en produceren. Op die manier worden we meer dan 90 procent af-

hankelijk van de boerenstand. Dat zal onherroepelijk gaan gebeuren.' De ondertitel van Edelkoorts nieuwe trendboek *The Urban Farm* luidt niet voor niets *Boer Zoekt Stijl*.

.....op een grote paddestoel

In dat kader werkt ze samen met haar neef Thijs Edelkoort aan het architectuurboek *Greening Perspectives*. 'De presentatie van Edelkoort & Edelkoort', zegt ze trots. 'Hij is adviseur in de bouwwereld en gaat dat boek in de markt zetten; ik doe de visie en de presentaties. We tonen allerlei manieren waarop "groen" invloed zal hebben. Een van de belangrijkste ideeën is de *urban rural factor*, waarbij de schuur en de boerderij opnieuw worden uitgevonden als gebouw. Verschillende aspecten van de architectuur komen daarbij aan de orde, waaronder het verhullen van gebouwen onder voiles, die het discreet verbergen voor de buitenwereld. Het gaat zowel over fantasie en nieuwe vormen als voortechnieken, het gebruik van licht en kleur, het idee van de boer en de terugkeer van de *box*, de meer rechtlijnige, georganiseerde vorm. Of juist de *folly* om de fantasie aan te wakkeren: wonen in ruïnes en kasteeltjes of in een boom: de gekte van de natuur gebruiken met binnen- of buitenmaterialen. En dan komen de *mushrooms* om de hoek kijken: hele bijzondere, meer sculpturale vormgeving van architectuur.'

De mushroom is Edelkoorts laatste obsessie op het gebied van vormgeving. 'Neem het gegeven van het eten van paddestoelen om de

werkelijkheid te vervormen, waardoor maten, volumes en perspectief veranderen. Realiteit met een fantasiefactor. Het gaat over uit je geest treden en zoeken naar nieuwere, grotere gebieden omdat die planeet inmiddels zo benauwend klein is geworden. Wie meer vanuit de geest zou nadenken en ontwerpen, kan geestverruimend te werk gaan.' Li als op de wanen van het universum zwevende psychonaut? Het moet niet veel gekker worden. Wie zich haar al paddestoelen kauwend op een elfenbankje voorstelt, kan zich de slaap uit de ogen wrijven. 'Ik durf mijn publiek natuurlijk geen drugs voor te schrijven', zegt Edelkoort monter. 'Het is meer een visuele drug, een sterk symbool. Paddestoelen hebben van die ronde, *cosy* vormen die een soort futurisme in zich dragen. Het materiaal is veerkrachtig en weerbarstig, perfect om nieuwe materialen op te enten. In een *mushrooming society* kun je je voorstellen dat er zich versterkende *multiple units* zijn, die niet altijd in dezelfde groottes hoeven te opereren en te bestaan. Een soort wijk kan het zijn, of een lijn auto's. Het sprookjesachtige, architecturale, vervreemdende, het materiaal, de kleuren...' Ze droomt even weg. 'Een rijk gebied.' Het thema werd ritueel ingewijd bij de lancering van het seizoen op het kantoor van Trend Union, compleet met muurschilderingen van champignons, in paddestoelentinten geverfde meubels en bijpassende hapjes. Magic mushroom werd overigens niet geserveerd. Terugkeer naar een meer communitaristische samenleving ziet Edelkoort wel gebeuren.



Salone del Mobile, Milaan, 2008, Marieke Staps, Soil Lamp, foto: René van der Hulst



Family of Form, Nadine Sterk, Sleeping beauty, 2006, foto: René van der Hulst



Salone del Mobile, Milaan, 2008, Hanneke Geurts Vankessel, Waterevaporation

'Waarin je op een vrijwillige en ideologische basis gezamenlijk dingen uitvindt en oplost. Het mag duidelijk zijn dat het Amerikaanse model niet werkt. Mensen vreten zich dood of ze eten niet, of ze schieten elkaar overhoop op de campus. Wij moeten kijken naar de Noord-Europese culturen die op een succesvolle manier het sociaal-economische model voorstaan. Nederland probeert zich nu meer te richten op Amerika, maar als je ergens nu niet naar moet kijken, is het het verloren continent. Een verloren ideaal. De nieuwe centra Bombay, Dubai, Moskou en Seoel zijn zo anders. We

gaan met hele nieuwe parameters werken. Het wordt een totaal andere epoque.' Edelkoort mag op gezette tijden de tarot leggen. De voorspellende kaarten zijn de laatste tijd bijzonder optimistisch. Regelmatig duikt daarin Grote Arcana-kaart nummer 0 op: *The Fool*. 'Die kaart kenmerkt mij', zegt ze lachend. 'Het betekent dat je altijd met een nieuwe bladzijde begint, nieuwsgierig bent en er niet voor terugdeinst om gek gevonden te worden. Want de toekomst vinden mensen altijd gek. Maar later moeten ze toegeven, dat het toch zo is geworden.'

Li Edelkoort, foto: Marie Taillefer

