

MODE / V MENSEN / V MUZIEK / V MEDIA / V KUNST

# BLEND

11

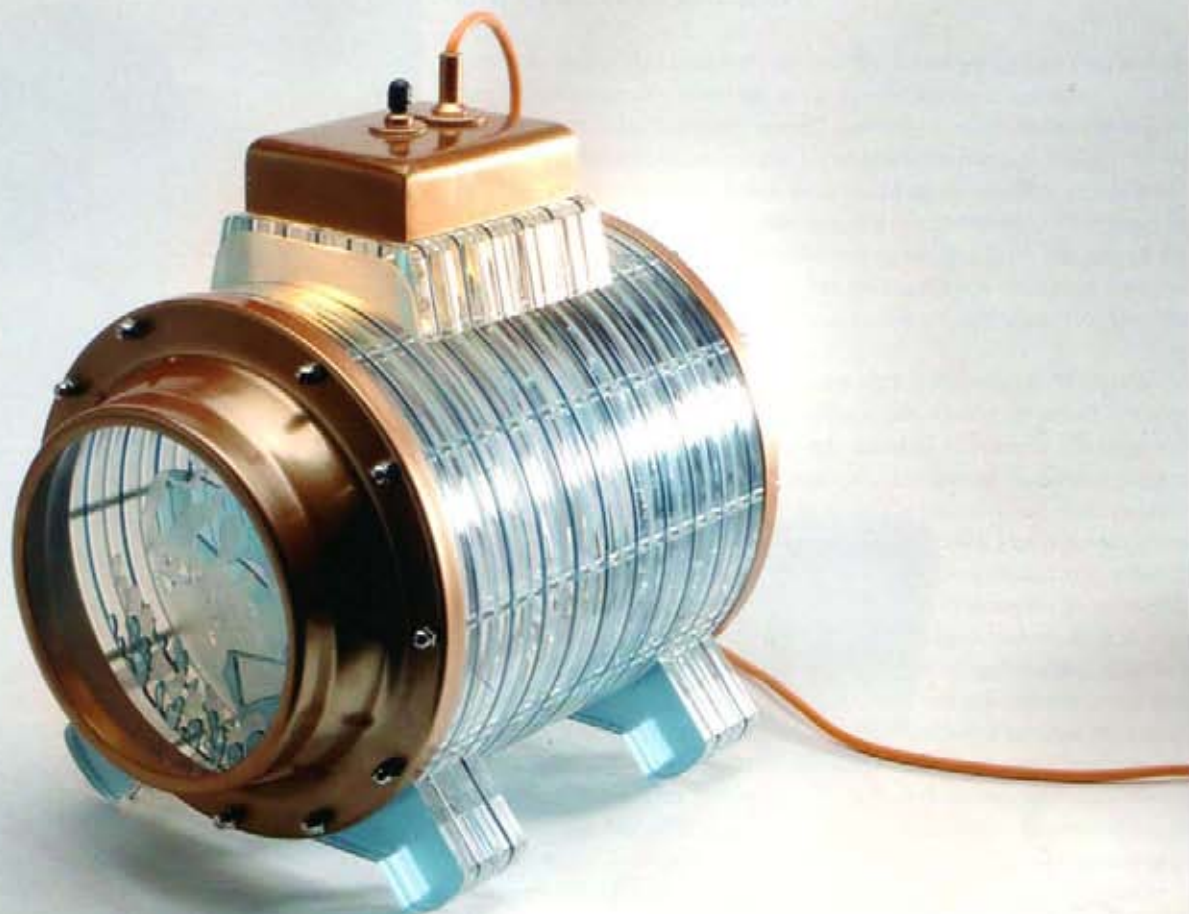
nu  
**2,50**

Gebruik: 2000  
Juni 2000: 11/2000  
Jan (San Folis) en 11/2000  
11/2000



Underworld  
Ulrika Lundgren  
Kim Hiorthøy

**Contro**  
door Anton Corbijn



## Kijkdoos

Georgios Maridakis (22) studeerde in december 2006 cum laude af aan de Academie voor Beeldende Kunsten en Vormgeving in Arnhem, als product-designer. Inmiddels is hij alweer aan een nieuwe, tweejarige masteropleiding begonnen aan het Royal College of Art in Londen. Daarnaast is hij druk bezig om samen met Sander van der Haar een bedrijf op te zetten. Zijn eindexamencollectie stond in het teken van decoratie, romantiek en verlangen. Georgios: 'Mijn afstudeerproject vindt zijn oorsprong in sentimenten; het gevoel dat vroeger alles minder ingewikkeld leek. Tegenwoordig zien we een groei naar globalisering, verschuiving van markten en industrieën, wat angst en onzekerheid in de westerse wereld veroorzaakt. In onze leefwereld is er weinig ruimte om te ontsnappen aan deze druk en aan de dagelijkse sleur. Onzekerheid over de toekomst en het heden laat minder ruimte over voor spontaniteit, vrijheid en plezier. Mensen hebben behoefte aan een positieve omgeving die een duidelijk verhaal biedt. Verhalen suggereren de beslotenheid van een kijkdoos, met een afgeschermd horizon, en geven de illusie van een begin en een einde.'

De producten van Georgios vertellen elk een verhaal, zo verwijst de vogelkooi met zijn overdadige decoratie naar een romantische wereld die grafisch is vertaald. 'De metaforische betekenis van de vogelkooi is de beperking van de wereld. Dat heeft mij als ontwerper ook vastigheid gegeven en een manier om naar productontwerpen te kijken. In de toekomst wil ik mijn visie en handschrift verder ontwikkelen door functionele prototypes te maken van producten die primair aansluiting vinden bij de waarnemingswereld van de gebruiker. Mijn ontwerpen wil ik in samenwerking met geïnteresseerde fabrikanten op de markt brengen. Juist door samenwerking met het bedrijfsleven kunnen innovatieve en verbeterde producten ontstaan.'

[maridakis.nl](http://maridakis.nl) | [spell-online.com](http://spell-online.com)





## Blowing Beautiful

Sander van der Haar (25) rondde dit jaar de opleiding voor productontwerper aan ArtEZ in Arnhem af. Zijn afstudeercollectie omvat een compleet lifestyleconcept uitgewerkt in producten als een bellenblaasmachine, een gieter, lampen en een stoel. Samen met de collectie van Georgios Maridakis, een studievriend, heeft hij een presentatie gegeven onder de titel *Blowing Beautiful*. Sander: 'Uitzonderlijk aan ons proces was de nauwe samenwerking met producenten, gespecialiseerd in technieken als rotatiegieten, thermoforming, lasersnijden en diverse CNC-bewerkingen. We zaten het merendeel van ons eindexamenjaar al schetsend in de trein, op weg naar die bedrijven. Onze dagen werden afgesloten achter de computer, om de ideeën uit te werken tot werktekeningen.' Belangrijkste thema van zijn collectie is vernieuwing van vorm. 'Ik zoek naar een spannende balans tussen het verwerken van bekende vormen die allerlei associaties oproepen en nieuwe, toekomstgerichte functieverbodding. Ik wil me afzetten tegen anoniem aandoend productontwerp en met een knipoog een intensere beleving van de eigen omgeving vormgeven. Het gaat voor mij om het uitdrukken van een fantasiewereld, maar wel een die reageert op de buitenwereld. De gebruiker kan zich thuis in zijn eigen fantasieën terugtrekken en zijn omgeving daarnaar modelleren. De materialen (o.a. geforceerd aluminium en leer) kunnen worden beleefd als een plezierig soort van luxe die aanzet tot fantaseren.' Inspiratie haalt Sander voornamelijk uit mode, theater en entertainment waarbij de beleving centraal staat. Zijn waardering gaat uit naar ontwerpers als Philippe Starck, Arne Quinze en Giorgio Armani. 'Maar ook naar grote ondernemers als Joop van den Ende, die met zoveel gedrevenheid, ambitie en passie hun vakgebied hebben weten te veranderen. Daar heb ik diep respect voor. Uit ervaring is gebleken dat er een enorme kloof is tussen de creatieve en de commerciële kant van ons vak, vooral voor startende ontwerpers, en die kloof wil ik dichten. Het heeft me geïnspireerd en gemotiveerd om een eigen label op te richten en ontwerpen zelf in productie te nemen. Dit doen we onder de naam *Spell*, wat staat voor een "nieuwe" betoverende, full service designbeleving. Er staan genoeg leuke dingen voor de komende tijd op het programma.'