

DDW 2014 TRENDS VERKLAARD



Het is HOOG TIJD om de maakindustrie weer te koppelen aan ons creatief vermogen! Ook tijdens het bezoek aan DDW14 werd dit nogmaals pijnlijk duidelijk.

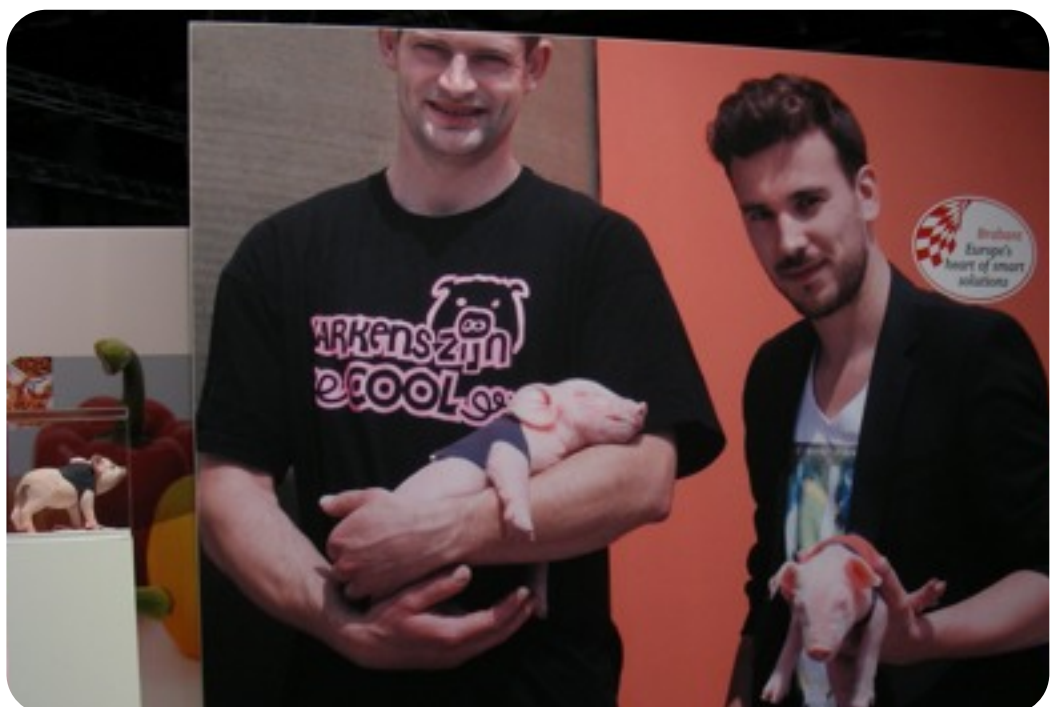
Vorige jaar schreef ik in mijn 'Trendwatching story DDW13', de toekomst kan je waarnemen tijdens DDW. Toevallig of niet, dit jaar is de titel 'NOW FUTURE'.

Benieuwd of ze mijn boodschap dit jaar ook zullen oppakken?

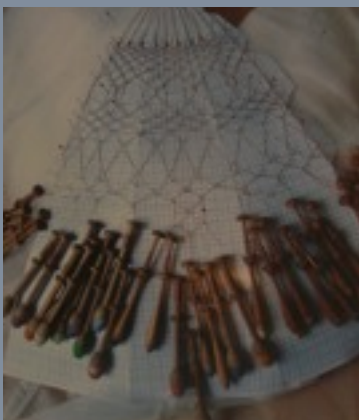
Ooit leerde een docent (toen vond ik hem lastig, nu een geweldig genie) ons met veel moeite hoe je door het aftasten van de uitersten, toekomstige ontwikkelingen aardig kan inschatten.

Als ik deze techniek toepas op het Klokhuis en omgeving, is de conclusie even duidelijk als pijnlijk: ***Nog maar kort geleden een industrieel kerkhof, binnenkort misschien wel een creatief kerkhof.***

We hebben nog maar enkele jaren geleden de verbinding met de maakindustrie verbroken en het effect merk je nu al bij alles op DDW14.



TRENDWATCH



Minder verrassingen,
minder uitschieters,
maar vooral allemaal
een beetje erg braaf.

Weinigen onderzoeken
nog de grote vragen
die ons leven heden
omringen.



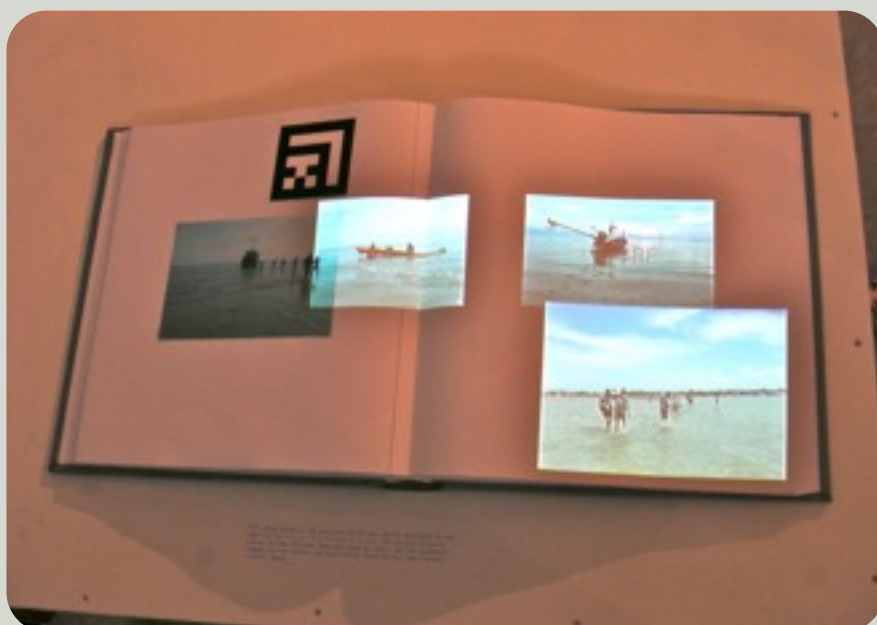
Ooit had men vertrouwen in de toekomst, toen maakte men zich zorgen, nu kijkt men liever weg!

Tot een vijftal jaren terug was de kernwaarde van DDW nog het recht op '**Exclusief en Luxe voor iedereen**' (Design Art), daarna werd deze vervangen door '**Awareness about earth**' die de jaren erop werd gekoppeld aan '**Awareness about our food**'.

Vorige jaar was het weer: '**Awareness about mankind**'.

Nu zien we dat jonge designers zich meer en meer afsluiten voor de buitenwereld en al helemaal als het gaat over de globalisering. Ze trekken zich liever terug en concentreren zich op hun eigen interesses of leefomgeving.

Wat is de reden van deze nieuwe verschuiving?



COOL ?



Bizar maar waar,

terwijl de NOW FUTURE talkshows op DDW14 zich richten op de overheid, bedrijfsleven, kennisinstellingen en de creatieve professionals om elkaar in verwondering, inspiratie en ambitie te treffen (zoals ze het zelf formuleren), blijken de echte voorlopers al lang weer vertrokken uit dit tranendal van angst en zorgen.

Hebben die voorlopers het dan opgegeven? Is dit afwenden, een vorm van zelfbescherming? Of is er echt iets nieuws ontdekt?

Allemaal onbeantwoorde vragen, of kunnen we stellen dat alle doemsenario's hun effect nu wel hebben verloren. Net als de roep om eerst te beginnen bij onszelf, geweldig werkt als marketingboodschap, maar verder net zo'n zoethoudertje is als de rest!



CHANGE



DALENDE AANDACHT voor:

- Duurzaamheid
- CO2 en vervuiling
- Stadstuinen en Ecofood
- Hipsters
- Hergebruik van grondstoffen
- Goede doelen
- Uitbundige kleuren
- Rechte lijnen
- Kil minimalisme
- Gebruik van staal
- 'Gesloopte' binnenmuren



*Wie zit er nu te wachten op een **Dutch Disneyland Week in Eindhoven?***

Het lijkt wel of de motor van Dutch Design Week plots is vastgelopen, een paar jaar terug nog een bruisende / inspirerende plek, nu lijkt het alsof ze bij DDW zelf niet meer weten hoe ze de innovatie gedacht draaiende moeten houden. Een nieuwe impuls is dringend nodig, willen ze de komende jaren een inspirerende plek blijven voor de toekomst (de opgevangen signalen wijzen wel op een bewustwording).

Na al die geweldige jaren, zou het wel erg zonde zijn als DDW langzaam zou doodbloeden door een tekort aan zuivere toekomstvisie.

We mogen toch wel wat meer verwachten van jonge creatieve bedrijven en designers dan: het vullen van wat zandzakken met planten, een biertert uit Munchen, een koffiebar met diverse oude stoelen of een stapel pallets als zitbank.

Conclusie: DDW14 leverde al met al verrassende en interessante inzichten op! Ben zelf erg benieuwd naar DDW15 volgend jaar.

