



Nieuwe industriële revolutie?!

Biologisch afbreekbare meubelen van Artisjok

Meubelen van maïs. Onstabiel, onpraktisch, onesthetisch... kortom onmogelijk? Niets van al deze vooroordelen is waar. Negen studenten van de Academie Beeldende Kunsten in Maastricht bewezen het met hun lijn van biologisch afbreekbare meubelen, genaamd 'Misfit'. De 'C2C-filosofie' die schuilgaat achter de ontwerpen is bijzonder. Zo bijzonder zelfs dat er misschien wel sprake is van een 'nieuwe industriële revolutie', aldus Artisjok, de Student Company achter de meubelen.



Een nieuw bedrijf opzetten op je – pakweg – twintigste, terwijl je nog volop aan het studeren bent. Dankzij een initiatief van Jong Ondernemen in samenwerking met de Academie Beeldende Kunsten Maastricht is dit mogelijk. Studenten van de bachelor Fine Arts in Education (opleiding Docent Beeldende Kunst en Vormgeving) en VISCOM (Visuele Communicatie) van de ABKM / HSZuyd worden gestimuleerd om in hun derde studiejaar een Student Company op te zetten. Een reallifeconcept gebaseerd op het volwassen bedrijfsleven. Het doel van Jong Ondernemen / Student Companies is om het ondernemerschap onder jongeren te stimuleren en hen attitudes en vaardigheden die hiervoor nodig zijn, bij te brengen. Een Student Company vergt ongeveer een dag werk per week, een studiejaar lang. Het werken voor de Student Company is geïmplementeerd in het onderwijscurriculum. Na het derde studiejaar wordt het bedrijf in principe geliquideerd. De uiteindelijke keuze is echter aan de ondernemers-in-spé of ze hun bedrijf na hun studie willen voortzetten of niet.

CONCEPT

Het idee om Student Companies op te zetten op de Academie zag het licht nadat enkele docenten van de ABKM kennis hadden gemaakt met het werk en de resultaten van de Stichting Jong Ondernemen. Stichting Jong Ondernemen is een non-profitorganisatie welke in 1990 is opgericht als initiatief van ABN Amro, VNO-NCW en MKB-Nederland, in nauwe samenwerking met de Kamers van Koophandel, het ministerie van Economische Zaken en NOvAA. Sinds de oprichting is het aantal sponsors aanzienlijk gegroeid. De doelstelling van Jong Ondernemen is zoveel mogelijk jongeren (leerlingen, scholieren, studenten) tijdens hun opleiding de mogelijkheid te bieden een ondernemende houding te ontwikkelen en hen te laten ervaren welke kansen en uitdagingen het ondernemerschap hen biedt. In de optiek van Jong Ondernemen is 'learning by doing' de meest effectieve manier om in het onderwijs ondernemerschap te ontwikkelen. Jongeren van de basisschool, het VMBO, het MBO en het HBO / WO kunnen gebruik maken van het aanbod van Jong Ondernemen. Jos Laugs, designer / architect en een van de docenten / begeleiders van de Student Companies aan de Maastrichtse Academie, was direct enthousiast over het initiatief. "Er zijn momenteel zo'n 255 Student Companies in Nederland actief en het aantal is sterk groeiende, mede dankzij de stimulerende steun van de overheid en overige instanties. Onze Academie heeft echter een unieke insteek: ze is vooralsnog een

van de weinige HBO-instellingen in Nederland die ondernemen primair met creativiteit in verband brengt. In 2002 is onze eerste Student Company opgezet. Dit was meteen een succes. Het eerste ABKM-studentenbedrijf heette PIT, bestaande uit 9 vrouwelijke creatieve ondernemers (landelijke primeur). Zij ontwierpen een innovatieve kaartvaas die bij de Nationale Marktdagen in de prijzen is gevallen. Vele studentenbedrijven volgden. Uiteenlopende producten werden op de markt gebracht; van een innovatief zitmeubel en een wijnflesverpakking tot een modisch accessoire dat het dragen van té korte truitjes letterlijk te lijf ging. Jong Ondernemen organiseert jaarlijks regionale wedstrijdrondes en een landelijke finale. Studentenbedrijven gaan hierdoor onderling met elkaar de competitie aan. De winnaars worden afgevaardigd om deel te nemen aan de Europese finale. Zo werd de ABKM Student Company Cre8, met hun Tie-box, een multifunctionele design krantenbak, eerste van Nederland in 2005 en dat jaar zelfs eerste in de Europese eindstrijd (ook een primeur voor Nederland)."

De kosten van de studentenbedrijven worden gedekt door externe aandeelhouders. Bedrijven of instellingen mogen eventueel materiaal sponsoren. In den beginne krijgt een Student Company het recht om honderd aandelen à € 15,- te verkopen. Deze aandelen moeten vervolgens los worden verkocht om meerderheidsbelangen te voorkomen. Er dient een ondernemingsplan opgezet te worden en taken / functies worden verdeeld, van directeur tot marketingmanager. Jong Ondernemen levert vervolgens een ervaren bedrijfsmentor en een accountant. Het jaarprogramma van Jong Ondernemen voorziet daarna in het aanbieden van een reeks workshops, variërend van patenteren tot modelbescherming, van webverkoop tot netwerken. Deelname aan het Cambridge-examen ondernemerschap, regionale, landelijke en Europese finales behoort eveneens tot de mogelijkheden.

ARTISJOK

Student Company Artisjok telt acht jonge ondernemers / studenten die vorig schooljaar derdejaars waren en nu een doorstart maken met hun inmiddels succesvolle onderneming. Het doel van Artisjok was en is, zoals de naam al zegt, om shockerende producten te maken, vormgeving met een boodschap. Roel Moonen, directeur van Artisjok, vertelt: "Onze producten hebben de branche geschokt, een golfbeweging veroorzaakt. Precies zoals we het bedoeld hadden. Artisjok heeft dan ook op de Nationale

Marktdagen voor Student Companies, van de 130 deelnemende Companies, de tweede prijs in de wacht gesleept voor het meest maatschappelijk / milieu verantwoord product. Artisjok werkt vanuit de Academie en is actief op het gebied van productontwikkeling, vormgeving en innovatie. We zijn begonnen met het ontwikkelen van een idee, een strategie, een concept en uiteindelijk een filosofie. Binnen de opleiding kregen we verschillende ontwerpstrategieën aangeboden waarvan we er enkele hebben toegepast. We waren het er al snel gezamenlijk over eens dat we een innovatief product op de markt wilden zetten dat een boodschap moest uitdragen en tevens 'mooi' van vormgeving moest zijn. We gingen op onderzoek uit; veel netwerken, veel lezen en veel surfen. We wilden een milieuverantwoord en esthetisch verantwoord product op de markt zetten met een filosofie, een goede boodschap. We gingen ons uiteindelijk verdiepen in het 'Cradle to Cradle principe', dat sprak ons direct aan. Dat houdt het volgende in. Veel mensen denken dat het afval dat we lozen verdwijnt. Omdat de aarde echter een gesloten systeem is bestaat er geen verdwijnen. Ons afval lijkt alleen onzichtbaar omdat we het verdunnen met water, bedekken met aarde of weg laten blazen door de wind. Uiteindelijk komen we het onvermijdelijk weer tegen in ons drinkwater en in de lucht die we inademen. Ons afval komt dus in ons lichaam terecht. Volgens ons (en vele anderen) kan en moet dat anders."

Artisjok heeft zich hierbij sterk laten inspireren door ontwerper William McDonough en de chemicus Michael Braungart. In 2002 schreven zij het boek 'Cradle to Cradle: Remaking the Way We Make Things'. In dit boek geven ze een nieuwe visie op duurzaam ontwerpen.

De visie 'Cradle to Cradle' (C2C) houdt in dat je alles volledig recyclet : van wieg tot wieg. Het kernprincipe is gebaseerd op duurzame ontwikkeling en zelfs meer dan dat. Duurzaam wil zeggen dat de huidige generatie geen beperkingen oplegt aan de volgende generatie. De Cradle to Cradle visie gaat verder door te zeggen: 'probeer in plaats van minder slecht, optimaal het goede na te streven'. De huidige methodes van duurzame productontwikkeling en productie richten zich hoofdzakelijk op het beperken van eventuele schadelijkheid. Om dit te bereiken wordt veelal gekozen voor schonere grondstoffen, het optimaliseren van de recycling of het 'zuiniger' maken van het product. De centrale gedachte van C2C is dat alle gebruikte materialen / grondstoffen na hun leven in het ene product, volledig kunnen worden ingezet in een ander of nieuw product. Het verschil met conventionele recycling is dat er geen kwaliteitsverlies is en er geen 'restproducten / -stoffen' overblijven die alsnog gestort worden. Deze kringloop wordt bedoeld met het motto van McDonough en Braungart 'waste equals food', oftewel 'afval is voedsel'.

Troep verdwijnt namelijk niet zodra we het in de prullenbak of verbrandingsoven gooien, zelfs niet als we het recycelen: afval wordt uiteindelijk altijd weer opgenomen door ons ecologische systeem. Zo leeft de aarde al vanaf haar ontstaan, maar de mens verstoort de gesloten cyclus door er steeds meer onverteerbare stoffen aan toe te voegen. Waarom zien we ons eigen afval dan ook niet als iets wat bij de natuur hoort, het leven in stand houdt en doet leven?

UTOPIE

'Utopische onzin' is de eerste gedachte van velen. Toch heeft niet alleen Artisjok de C2C-principes inmiddels min of meer tot werkelijkheid gemaakt. Onder andere Ford Motor Company, de Chinese regering en Nike gingen hen voor. Cradle to Cradle is namelijk niet alleen ecologisch verantwoord, maar ook economisch zeer aantrekkelijk. Het Cradle to Cradle principe en haar resultaten zette uiteindelijk ook Artisjok aan het denken en aan het ontwerpen. 'Back to basic' is de basis van hun persoonlijke ontwerpfilosofie geworden, resulterend in moderne ambachtelijkheid. Na maandenlang onderzoek is er een meubellijn ontstaan die ze in de toekomst nog gaan aanvullen met andere modellen. Roel: "Met name het materiaalonderzoek en het netwerken, het vinden van bedrijven die ons kunnen ondersteunen en willen helpen, nam veel tijd in beslag. Uiteindelijk zijn we samen met DSM en Biopearls tot een

materiaal gekomen dat volledig biologisch afbreekbaar is en waarvan meubels gemaakt kunnen worden. Dit materiaal (gemaakt uit maïs), en dan met name de milieuvriendelijke eigenschappen ervan, is echt uniek."

Hij vervolgt: "Producten op basis van Biopearls zijn gegarandeerd 100% biologisch afbreekbaar in industriële composteringsinstallaties. Samen met het gft-afval kunnen deze producten omgezet worden in waardevol compost. De Biopearls worden gesmolten en vervolgens spuitgegoten in mallen: zo kunnen er ondermeer platen van het materiaal gemaakt worden. Voor dit productieproces zijn machines nodig, dit kunnen wij dus niet zelf. Van de platen vormt Artisjok vervolgens wel handmatig de unieke meubelstukken (zonder schroeven). Elk exemplaar krijgt zo toch zijn eigen – noem het ambachtelijke – identiteit. Geen enkel ontwerp is dus gelijk; elke vorm is een unicum. Typisch voor kunstobjecten."

GROOTS

Roel: "De Misfit-meubellijn is dus deels gebaseerd op de C2C circulaire principes. Momenteel bestaan er alleen prototypes, we zijn nog hard aan het werk. We hebben een frisse limoengroene (milieuvriendelijk geverfde) kast of roomdivider vervaardigd, in een enigszins misvormde T-vorm. Ook een prototype bijzettafel cq. salontafel en een stoel



zijn bijna gerealiseerd. De komende maanden hopen we de eerste producten op de markt te brengen. Er lopen in ieder geval al een aantal aanvragen. We hebben dan ook behoorlijk veel media-aandacht gehad de laatste tijd. Artisjok is zelfs in een uitzending van Groen Licht geweest, een programmaonderdeel van Nova.”

Hij vervolgt met een glimlach: “We hopen dat onze meubellijn goed gaat lopen; dat we mensen een mooi interieurobject kunnen aanbieden en mensen tevens bewust kunnen maken van het feit dat ze goed bezig zijn door deze producten te kopen. Onze designmeubelen vergaan overigens niet direct; ze blijven van prima kwaliteit. Het materiaal heeft een gegarandeerde levensduur van zo’n twintig jaar. Als men een product van dit materiaal wil weggooien, raad ik aan om het kapot te slaan en in de compostbak te gooien. Het duurt maximaal drie jaar voordat alles verteerd is. Op kleine schaal zitten we dan ook op het pad dat grote meubelconcerns als IKEA inmiddels hebben ingeslagen. Denk bijvoorbeeld maar aan de betaalbare Gulholmenschommelstoel van designer Maria Vinka, gemaakt van de bladeren van de bananenboom.”

Jos Laugs: “Het is bijzonder dat een grote multinational als DSM de studenten steunt. DSM en Biopearls werden geïnspireerd door het bevlogen enthousiasme van de studenten en hun onbegrensde ideeënstroom. Er gaat een enorme kracht uit van de geïnspireerde samenwerking tussen enthousiaste studenten en ondernemers in het algemeen. De bedrijven en de studenten wisselen informatie uit en inspireren elkaar op deze wijze. Door deze samenwerking kunnen nieuwe Cradle to Cradle initiatieven en producten van de grond komen. Dat dit succesvol is, is al bewezen. Onlangs wederom. Op 1 en 2 november vond in het MECC in Maastricht het Let’s Cradle Congres plaats. De acht jonge ondernemers van Artisjok mochten als sprekers optreden op dit congres. Serieus genomen worden ze dus wel degelijk in de zakenwereld.”

*Tekst: Jaimy Scholte
Fotografie: Focuss 22*

