

Anatomie van een ontwerpwedstrijd

Een van de obstakels voor een grootschaliger gebruik van elektrische en hybride auto's is het ontbreken van een infrastructuur voor het opladen van de accu's. Liander schreef een wedstrijd uit en ontdekte gaandeweg de eigenlijke ontwerp-vraag. Was het winnende concept het antwoord?

Terwijl de politici er op de klimaatop in Kopenhagen verontrustend weinig van hebben gebakken, zijn elders tal van bedrijven en organisaties uit alle macht bezig om duurzame alternatieven voor fossiele energiebronnen te ontwikkelen. Daarbij worden verschillende sporen gevolgd. Een 'hot issue' is het elektrisch rijden. Er bestaan al de nodige elektrische en hybride auto's; een van de obstakels voor een grootschaliger gebruik is het ontbreken van een infrastructuur voor het opladen van de accu's. Maar die infrastructuur wordt pas rendabel bij een groot aantal auto's. Om uit dit kip-of-ei-probleem tekomen hebben een groot aantal Nederlandse netbeheerders zich verenigd in de Stichting e-laad.nl, die zich ten doel stelt om binnen drie jaar circa tienduizend oplaadpunten te realiseren. Om daar een goed en mooi product voor te kunnen ontwikkelen heeft netbeheerder Liander in samenwerking met de gemeente Arnhem, Innovatienetwerk Syntens en Ontwerp Platform Arnhem een landelijke ontwerp-wedstrijd uitgeschreven. De BNO werd betrokken

bij het opstellen van de reglementen en voorwaarden. Over de wedstrijd en de uitkomst ervan voerde ik gesprekken met Peter van der Sluijs, beleidsadviseur strategie van Alliander (waartoe Liander behoort) en Chris Willemsen, innovatieadviseur creatieve industrie van Syntens, beiden jurylid; en met Floris Schoonderbeek en Dirk Claessens van de winnende bureaucombinatie. De opdracht richtte zich op een fascinerend en onontgonnen gebied, met deels onervaren spelers. Een woord dat vaak viel was 'pionieren'. Er waren en zijn nog veel technische en organisatorische vragen en de belangrijkste vraag, 'wat willen we nu eigenlijk', bleek onderwerp van voortschrijdend inzicht.

Een nieuw soort straatmeubilair

Peter van der Sluijs vertelt: 'We kregen steeds meer vragen van de paar honderd automobilisten die nu al elektrisch rijden en we realiseerden ons dat we met die infrastructuur niet konden wachten tot het er over een paar jaar misschien duizenden zouden zijn. We hebben e-laad.nl opgericht om niet stil te blijven staan en alvast ervaring op te doen.'

De technische 'binnenkant' van de oplaadpunten is het terrein van de netbeheerders. Over de standaarden daarvoor wordt op Europees niveau druk overlegd tussen alle betrokken partijen. De 'buitenkant', het onderwerp van de wedstrijd, is belangrijk voor de beheerders van de openbare (en private) ruimte; vooral gemeentes. Die letten ook op het uiterlijk van zo'n paal, ze willen geen lelijke extra obstakels langs de straten. De situatie is wel vergelijkbaar met die van het mobiel bellen: de aanbieders hebben belang bij zoveel mogelijk aansluitpunten en een mooi stuk 'hardware' is een goed verkoopargument. Verschil is, dat de netbeheerders al vroeg hebben gekozen voor samenwerking en zoveel mogelijk standaardisatie. Er is bewust gekozen voor de vorm van een wedstrijd. Van der Sluijs: 'Er komt een heel nieuw soort straatmeubilair aan. Wij wilden dat zoveel mogelijk ontwerpers zich daarvan bewust zouden worden. Denk erover na!' Volgens hem is er ruimte voor meerdere oplossingen, die in verschillende situaties kunnen worden toegepast. 'Vroeger zette de PTT overal dezelfde brievenbus neer, maar zo werkt het allang niet meer. Wij weten niet wat de ideale vorm is, elke gebruiker heeft zijn eigen voorkeuren.' Voor Chris Willemsen was dit de eerste keer dat hij een ontwerp-wedstrijd inzette als middel om ont-

'Er komt een heel nieuw soort straatmeubilair aan. Wij wilden dat zoveel mogelijk ontwerpers zich daarvan bewust zouden worden. Denk erover na!'

werpers en opdrachtgevers bij elkaar te brengen. 'Het idee voor de wedstrijd en de vraag die we daarin stelden is organisch gegroeid, doordat allerlei partijen met elkaar in gesprek kwamen. Het doel was om een overzicht te krijgen: hoe kijken ontwerpers tegen deze materie aan, wat voor visies bestaan er? Daarnaast kwamen ontwerpers en netbeheerders, voorheen grote onbekenden voor elkaar, met elkaar in contact.' Hij constateert dat het onderwerp nu inderdaad in veel bredere kring op de agenda staat.

Van oplaadpaal naar draagvlak

In de vrij summier briefing voor de eerste fase van de wedstrijd werd gevraagd om een 'oplaadpaal' en om een 'icoon in de openbare ruimte'. In de tweede fase werkten vier finalisten hun ontwerp verder uit. Uiteindelijk viel de keuze, verrassend, op het ontwerp dat als enige geen 'paal' was en ook geen 'icoon'. De bijdrage van de winnaars, productontwerper Floris Schoonderbeek en grafisch ontwerp bureau Sinds 1416, was in de eerste plaats conceptueel. Schoonderbeek en Sinds 1416 delen 'een passie voor de publieke ruimte' en de wens om met andere disciplines samen te werken. Ze zagen de wedstrijd als een mooie aanleiding om eens samen op te trekken. Over hun inzending vertelt Schoonderbeek:





Marlies Hummelen
is freelance tekst-
schrijver en mediator



'Al heel snel beseften we dat het hier eigenlijk niet ging om een paal, maar om het creëren van draagvlak voor elektrisch rijden. Er ontstaat eigenlijk een nieuw scenario, voor een gewoontehandeling die we nog niet kennen: het opladen van je auto.'

Claessens vult aan: 'Hoe gaan mensen daarmee om? Welke instrumenten kun je aanbieden waardoor gebruikers zich gaan identificeren met elektrisch rijden? We hebben bijvoorbeeld meteen een naam bedacht voor ons ontwerp: Loloo, load location.' De ontwerpers namen de behoeftes van de gebruikers als uitgangspunt en zien niets in een netwerk van palen dat vervolgens door een gemeente of netwerkbeheerder wordt 'uitgerold'. Schoonderbeek: 'De vraag is of ze dan wel op de goede plekken komen. Vaak zullen mensen bijvoorbeeld tijdens hun werk op willen laden, of in een parkeergarage. Op privaat terrein dus. Dat biedt ook mogelijkheden voor bedrijven om zich als "groen" en "duurzaam" te profileren. Misschien kun je over een tijdje wel "gratis opladen" bij IKEA. Dan kan de Gamma niet achterblijven! Zo ontstaat er ook commercieel draagvlak.'

Hun bijdrage aan de wedstrijd bestond in eerste instantie uit een visie op het vraagstuk en een idee voor een campagne. In de tweede fase ontwierpen ze daarop verzoek van de jury nog een product bij: een soort sterk uitvergrote contactdoos. Een vrij neutraal object, dat overal kan worden opgehangen, gebruikmakend van bestaande aansluitpunten zoals een lantaarnpaal.

Pionieren voor alle partijen

Geen paal dus en ook niet helemaal het bedoelde icoon. Waarom dan toch gekozen voor dit ontwerp? Peter van der Sluijs beaamt dat het voorstel verder gaat dan de oorspronkelijke vraagstelling en daar is hij blij mee. 'Het was een lastige opdracht. Je wilt een herkenbaar object, maar als er straks misschien miljoenen worden geplaatst mag het ook niet dominant zijn. Dit ontwerp biedt ons meer mogelijkheden dan waarom we gevraagd hadden. Het kan overal worden geplaatst, het is makkelijk te verkleinen, je hebt er geen extra straatmeubilair voor nodig.' Terugblikkend zegt hij: 'Over een aantal zaken hadden we van tevoren niet nagedacht. Ik zou nu meer tijd nemen voor de eerste briefing en dan een aantal concrete punten toevoegen, zoals de eis dat het ontwerp flexibel inpasbaar moet zijn in de openbare ruimte.'

Ook Chris Willemsen werd door de vele vragen van ontwerpers geconfronteerd met hiaten in de opdracht. Voor een deel herkende hij daarin ook een tegenstrijdigheid die hij in zijn werk vaker tegenkomt. 'Aan de ene kant willen ontwerpers veel vrijheid, aan de andere kant vragen ze om een duidelijke afbakening van de opdracht. Daarbij houden ze er soms te weinig rekening mee dat ook de opdrachtgever onzeker is, verwachtingen en vragen heeft. In dit geval was het echt pionieren, voor alle partijen. Er werd bijvoorbeeld gevraagd hoe zo'n stopcontact er precies uitzag, maar daar werd op dat moment op Europees niveau nog druk over gepraat.'

De emoties van een wedstrijd

Los van de waardering voor de winnaar leidde het verloop van de wedstrijd bij een aantal deelnemers tot bezwaren. Tussentijdse aanpassingen van de opdracht zetten mensen op het verkeerde been en zijn procedureel niet juist, was de kritiek. Willemsen benadrukt dat iedere finalist op zijn eigen spoor verder heeft kunnen werken. Hij vindt dat een ontwerper eigenlijk altijd de taak heeft om verder te kijken dan de opdracht. 'Maar wat we hebben onderschat, zijn de emoties die een wedstrijd oproept. Er spelen natuurlijk flinke belangen mee. Dan gaan mensen meer strategisch denken.'

Als voorbeeld noemt hij de vragen die de finalisten konden stellen over de opdracht. 'Per vraag hebben we ze voorgelegd: wil je het antwoord dat je krijgt met de andere finalisten delen? Dat bleek heel nauw te luisteren.'

Toch vindt hij dat het een goede vorm was om tot innovatieve ideeën te komen en het onderwerp op de kaart te zetten. Ook Peter van der Sluijs is enthousiast over het resultaat. De wereld van de netbeheerders is er een van techneuten waar men nauwelijks ervaring heeft met ontwerpers. Het contact met een voor hem volledig nieuwe sector vond hij zeer inspirerend. 'Wij zouden dit als netbeheerders veel meer moeten doen. Deze sector kan heel veel voor ons betekenen.'

Schoonderbeek en Claessens hebben nog wel een paar kanttekeningen. Claessens: 'Een betere vraagstelling had misschien al meteen een breder deelnemersveld en meer verschillende visies opgeleverd.' Schoonderbeek, chargerend: 'Ik zou bijna zeggen: ze hebben mazzel gehad dat wij,

ondanks de vraagstelling, met een heel andere visie kwamen.' Beiden hebben veel waardering voor de opstelling van de jury, die het aandurfde om een afwijkend ontwerp tot winnaar te kiezen en voor e-laad en Alliander, die bereid waren 'zichzelf open te breken' en nieuwe partijen toe te laten. Schoonderbeek: 'Ze hebben het zichzelf niet makkelijk gemaakt door de vraag zo te stellen, maar ze hebben hem wél gesteld.'

Hoe nu verder? Een woordvoerder van de Stichting e-laad.nl benadrukt dat de ontwikkeling nog in de beginfase is en dat er nog veel moet worden uitgezocht. Doel blijft wel om de komende drie jaar een landelijk dekkend netwerk te realiseren.

Dirk Claessens: 'Je kunt je afvragen: wat hebben we nu eigenlijk gewonnen? Er komt een nulserie. We mogen aanschuiven bij een denktank. Maar of er echt veel meer uitkomt, ligt voor een groot deel aan onszelf. En dat is ook goed. We moeten er nu tegenaan, partners en producenten zoeken. Anders komen die tienduizend oplaadpunten er niet!'

—
Marlies Hummelen

Wedstrijd 'Ontwerp een oplaadpaal'

Finalisten:

- Hans de Gooijer en Wolter Prinsen – Pilots Product Design BV
- Mars Holwerda – Studio MOM Identity & Design
- Patrick Schuur – Maketropolis
- Studio Floris Schoonderbeek/Sinds 1416 (Dirk Claessens en Maarten Verweij)

Winnaar:

Studio Floris Schoonderbeek/Sinds 1416

Voor meer informatie zie
syntens.nl/ontwerpwedstrijd
lolo-loadlocation.blogspot.com