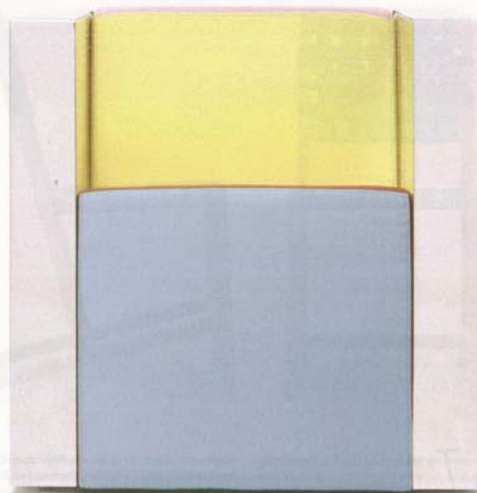




Meneer Gispén is weer thuis

Gispén, ooit toonaangevend op het gebied van designmeubels, was een eenvoudige kantoorinrichter geworden. Met de overname van de collectie van ontwerper Richard Hutten (41) wil het merk terugkeren in de woonkamer. De degelijkheid blijft: 'We gaan niet elk seizoen een nieuwe, hippe lijn presenteren.'

tekst — Jeroen Junte · beeld — Gispén



Steel Sortalen, 2000

'Dat mijn stoeltjes straks naast die van Gispen mogen staan, is een eer'



Stoel Inerlage, 2004

Werd het niet tijd dat Gispen weers een collectie voor thuis zou lanceren? Het was een proefbal-lonnetje dat ontwerper Richard Hutten opliet toen de producent van kantoormeubilair hem ruim een jaar geleden vroeg na te denken over nieuwe producten. Want Gispen mag dan een van de bekendste meubelmerken van Nederland zijn - ook een van de oudste trouwens -, sinds 1980 wordt in de fabriek in Culemborg alleen nog maar kantoormeubilair gemaakt. De bekendste producten - de Giso-lampen van wit matglas en de klassieke stoelen 201 en 401 met gebogen stalen buizen als poten en armleggers van bakeliet - stammen uit de eerste decennia van de vorige eeuw. Hutten had nóg een idee. Waarom niet meteen al zijn ontwerpen in deze nieuwe collectie opnemen? Dan had dat nieuwe label ook meteen 'wat body'. Gispen voelde wel wat voor zijn drieste plannen. Met Marcel Wanders en Hella Jongerius wordt Hutten immers wel het supertrio van het Dutch design genoemd.

Gispen zou zelfs min of meer hofleverancier worden; koningin Beatrix heeft een bureau van Hutten in haar studeerkamer.

En zo is er, schijnbaar uit het niets, NGispeN. Een interieurlabel - spreek uit: 'en gispen' - dat al spraakmakend is voordat er ook maar één product op de markt is. Want straks zijn de ontwerpen van Hutten niet alleen in de internationale musea te vinden, maar ook in de Hollandse huiskamer, en dan gefabriceerd door het vermaarde Gispen. De onduidelijke Sexy Relaxy, waarop het alleen wereldwijd de Sottsass Chair, die hij ontwierp op verzoek van de Domoor, een koddige drinkbeker waarvan Hutten al honderdduizenden verkocht. Met keuze uit meer dan veertig spraakmakende producten lijkt NGispeN van succes verzekerd.

De keuze van het bedagsde Gispen in zee te gaan met de eigenzinnige Richard Hutten lijkt opmerke-

lijk. Maar de afgelopen drie jaar woei er al een frisse bries door het 92 jaar oude bedrijf, nadat de directie het bedrijf had losgeweekt uit een ingeslapen Deens meubelconsortium. Daarna volgde een fusie met Lensvelt, de avontuurlijke concurrent die niet schroomt kantoormeubels van beeldend kunstenaar Joep van Lieshout uit te brengen. Gispen-directeur Peter Veer noemt om die reden de overname van de Richard Hutten-collectie een logische stap. En om de talloze overeenkomsten tussen de ontwerpen van Hutten en 'meneer Gispen', zoals de grondlegger van het bedrijf W.H. Gispen nog steeds wordt genoemd. 'Zijn buizenstoel oogt vanzelfsprekend, met de ingenieuze constructie van ronde buizen die voor stevigheid zorgt. Tegelijkertijd was het ontwerp voor zijn tijd zeer vooruitstrevend. Ook het werk van Hutten heeft die onvermijdelijke logica. Een tafel van hem bestaat gewoon uit een blad met vier poten. Maar dat principe heeft hij zo ver doorgevoerd dat ook zijn tafel vooruitstrevend is.' Ook Hutten voelt die verwantschap. 'Zowel mijn ontwerpen als die van Gispen hebben een groot

gebruiksgemak en een eenvoudige vorm. Ze ogen modern en toch tijdloos.' En op meer persoonlijke gronden: 'De grondlegger van het bedrijf was ook een zelfproducerende ontwerper uit Rotterdam.' Al past daarbij ook enige nederigheid. 'Zijn befaamde buizenstoel 201 is een klassieker waarvan er tienduizenden zijn verkocht. Dat mijn stoeltjes straks ernaast mogen staan, is een enorme eer.'

Heeft Hutten geen moment twijfel gevoeld over de uitverkoop van zijn oeuvre, waarin ruim zeventien jaar is geïnvesteerd? Hij is tenslotte het schoolvoorbeeld van de vrijevochten ontwerper die niet bij de industrie loopt te leunen met zijn ontwerpen, maar ze liever zelf produceert. En uitgerekend deze pionier van het eigenzinnige Dutch design gaat in zee met de op een na grootste meubelproducenten van Nederland, geschatte omzet in 2006 80 miljoen. Hutten: 'Twijfel? Geen moment.' En heus niet alleen omdat met de overname een bedrag van 'nog net geen zes nullen' is gemoed. 'Ontwerpen kan ik goed. Verkopen niet. Bij Gispen kunnen ze natuur-

Stoel Sexy Relaxy, 2002

'Bij Gispen kunnen ze ook ontwerpen.
Maar nog veel beter verkopen'



Rhino Chair, 2002

lijk ook ontwerpen. Maar nog veel beter verkopen.' En daar gaat het 60k om. 'Het idee dat de Sexy Relaxy straks voor iedereen bereikbaar wordt, spreekt me wel aan.' Ook zijn complete werkplaats, inclusief de voorraad en de mallen, wordt van een oud pakhuis in de Rotterdamse havens verplaatst naar de Gispenfabriek in Culemborg. 'Al blijft een deel van het gereedschap achter om aan nieuwe ontwerpen te kunnen knutselen.' Want hij blijft ook werken voor andere opdrachtgevers. 'Er lopen momenteel nog dertig projecten, uiteenlopend van een lamp voor Moooi tot de inrichting van een hotel in Maastricht.' Daarnaast ontwerpt hij ook vrij werk dat hij in gelimiteerde oplage en tegen astronomische bedragen verkoopt in kunstgaleries.

Naast zijn bestaande collectie gaat NGispeN ook nieuwe ontwerpen van Hutten uitbrengen. Een eerste vingeroefening liet hij vorig jaar al zien: de voor Gispens doen nogal frivole hebbedingetjes Leave Magnets. Deze gekleurde plastic boomblaadjes

met magneetje kunnen bijvoorbeeld aan de metalen strips van het systeemplafond worden geplakt, waardoor de dorste kantoorruimte verandert in een vrolijke picknickplek. Voor volgend jaar zijn kasten, sofa's en bureaustoelen gepland. Maar eerst is er Layers, een tafel met poten opgebouwd uit lagen. Met het prototype, dat Hutten als *limited edition* in eigen beheer produceert, gooide hij hoge ogen op de meubelbeurs in Milaan afgelopen voorjaar. NGispeN mag geen Richard Hutten-show worden, vindt de Rotterdamse ontwerper. Dus worden ook meubels van andere toponwerpers, onder wie de Nederlandse Bertjan Pot en de Italiaan Fabio Novembre, opgenomen in de collectie. Wel worden deze ontwerpen geselecteerd in overleg met Hutten. Ook blijft Gispen's klassieke collectie gehandhaafd, zoals de originele buisapostok 1012 uit de jaren vijftig en de wulpse sofa 444 uit 1935. Veer: 'De bekendste daarvan brengen we nu uit onder de noemer Dutch Originals.' Want Gispen blijft 'een oude dame', zoals Veer het noemt. Bij het samenstellen van de collectie is het motto 'Playing with traditions'. Dat wordt letter-



NGSO-stoel, 1992

lijk genomen, volgens Hutten: 'Ik ga een herinterpretatie maken van het President-bureau, dat volgend jaar een halve eeuw bestaat.' Maar het motto wordt ook figuurlijk geïnterpreteerd. Veer: 'We gaan niet elk seizoen een nieuwe hippe lijn presenteren. We bouwen aan een consistente collectie met meubels die jarenlang bij de tijd blijven.' Al is NGispeN onmiskenbaar toegesneden op het interieur van nu. 'Kantoor en woning zien er tegenwoordig vaker hetzelfde uit', zegt Hutten. Immers, 'mobile werkplekken, het kantoor aan huis en andere manieren van flexwerken worden populairder'. Hij lijkt daarmee zijn vinger aan de pols van de tijdgeest te hebben. Marktlieder Ahrend lanceerde onlangs At Home, een collectie meubels die zowel in de werkruimte als op kantoor tot hun recht komen.

Tegelijkertijd flirten producenten van woonmeubels met het kantoor. Artifort presenteerde dit jaar de Globus, een opvallend rond zitmeubel annex werkplek.

Gispen-directeur Veer beaamt dat hij teleurgesteld zal zijn als er straks geen bedrijf in Nederland is met stoelen van Richard Hutten. Maar, zegt hij: 'NGispeN mikt vooral op de woonmarkt. Wil je de zakelijke markt bedienen, dan krijg je te maken met ergonomie en de Arboret.' En dat zou onder meer betekenen dat er aanpassingen moeten worden gedaan aan Hutten's ontwerpen. 'Daar passen we voor.' Maar vooral: 'Het werd hoog tijd om ons weer op de markt voor woninginrichting te profileren. Zo zijn we immers ooit begonnen.'



Tafel Layers, 2008, zoals die door Gispen in productie wordt genomen