

Design van afdankertjes

Recyclen is uit, het upcyclen komt eraan. Oude spiegels worden sieraden.

Door Nanda Troost

Sandalen van tapijt, een koffertje van dienbladen, een kruk van snijplanken, een tapijt van stoffen met een misdruk, sieraden van medische spiegels. Afval bestaat niet. Met die boodschap zijn de designers van Droog begonnen met een nieuw concept: UP. Het moet uitgroeien tot een economisch model waarbij 'deadstock inspirerende materie blijkt', zegt Renny Ramakers, directeur van Droog. Iets nieuws maken van splinternieuwe spullen die uit de circulatie gaan omdat ze geen waarde meer hebben voor bedrijven. Niet recyclen, maar upcyclen. In designertaal: 'New is the New New.'

In de Westergasfabriek in Amsterdam zijn deze week de prototypen gepresenteerd die Droog heeft gemaakt met afdankertjes van bedrijven. Met de Vier Jaargetijden van Vivaldi, geperst op een vierkant singletje van röntgenfilm, wordt het tentoonstellinkje geopend. Even daarvoor heeft Eric Petersen van de Van Gansewinkel Group, de grootste afvalverbrander in de Benelux, het grondstoffenprobleem nog eens geschetst.

In de week dat de 7 miljardste inwoner is geboren somt hij op: er is nog voor 57 jaar koper in de grond, voor 41 jaar goud, en nog maar voor 8 jaar indium (nodig in beeldschermen). Verbranden heeft geen toekomst. Petersen houdt zijn mobieltje omhoog. 'In een ton mobieltjes zit meer goud dan in een ton gouderts. Maar dan moeten we wel de mobieltjes zien te krijgen die bij de mensen thuis in een la liggen.'

In eerste instantie struinde Droog Design faillissementsveilingen af. De oogst: 102 pollepels, 80 klapstoelen, 2.500 zakdoekjes; bij elkaar 5.135 voorwerpen. Inmiddels is de volgende stap gezet. Er is samenwerking gezocht met afvalwerker Van Gansewinkel, bedrijfsstrategen van Call for Action en



Illustratie Han Hoogerbrugge



2012Architecten. Als leveranciers van 'grondstoffen' doen mee: medisch hulpverlener Mediq, stoffenfabrikant Vlisco en groothandel Makro. Ondersteuning en advies kwam van Agentschap NL van het ministerie van

Economische Zaken, Landbouw en Innovatie.

Er zijn nog hobbels te nemen voordat dit economisch model tot bloei kan komen, zegt Marc Rouffaer van Call for Action. Het gaat om omvang. 'De producten moeten een interessante prijs hebben en daarvoor zijn veel meer spullen nodig: 23 stuks is duur, bij 500 tot 5.000 stuks is het interessant.'

Om aan die hoeveelheden halffabricaten te komen,

moeten bedrijven anders leren denken. Een bedrijf als Wehkamp heeft geen voorraden meer. Maar ook zonder die bronnen zijn de mogelijkheden legio. Rouffaer: 'Als twee bedrijven fuseren, worden de koffiekopjes met verouderde logo's vermalen tot grondstof voor badkamertegels. Dan breek je toch iets af, terwijl die kopjes geen overbodig eindproduct zijn. Ontwerpers kunnen er nog iets mee.'

Ingewikkelder zijn de rechten, bijvoorbeeld op parfumsflesjes, die ook bij de kleinste misdruk vernietigd moeten worden. Het moeilijkste product onder de prototypen is het tapijt van stoffen van Vlisco, dat die levert voor de elite in Afrika. 'De oorspronkelijke stoffen mogen niet herkenbaar zijn. Vlisco

heeft er tot op het allerlaatst op toegezien dat dat ook niet is gebeurd', zegt Ramakers bij het deels fel oranje kleed. Bedrijven houden liever een succesvolle uitverkoop dan dat ze toe-

geven dat ze ermee blijven zitten. Makro, de groothandel voor ondernemers, wil af van zijn wat verstofte imago, en zegt eerlijk dat inkopers niet perfect zijn. 'Ondernemers die zeggen dat ze nooit met iets blijven zitten, liegen', vindt directeur Jean-Pierre Bienfait. Makro levert dienbladen waarvan koffertjes en tafels zijn gemaakt. 'Met dit initiatief krijgen producten die geen waarde meer hebben, weer waarde. Want we zijn en blijven een bedrijf.'

De vraag is nog wie het 'nieuwste nieuw' gaat verkopen. Voor Makro zijn de oplages te klein, maar het wil wel laten zien wat er wordt gemaakt. Droog kan verkopen; maar het liefst ziet Ramakers dat de 'grondstoffenleveranciers' de nieuwe producten gaan verkopen. Dat maakt de cirkel rond. Of, zoals sommigen dat noemen: dat maakt de grondstoffenrotonde rond.

