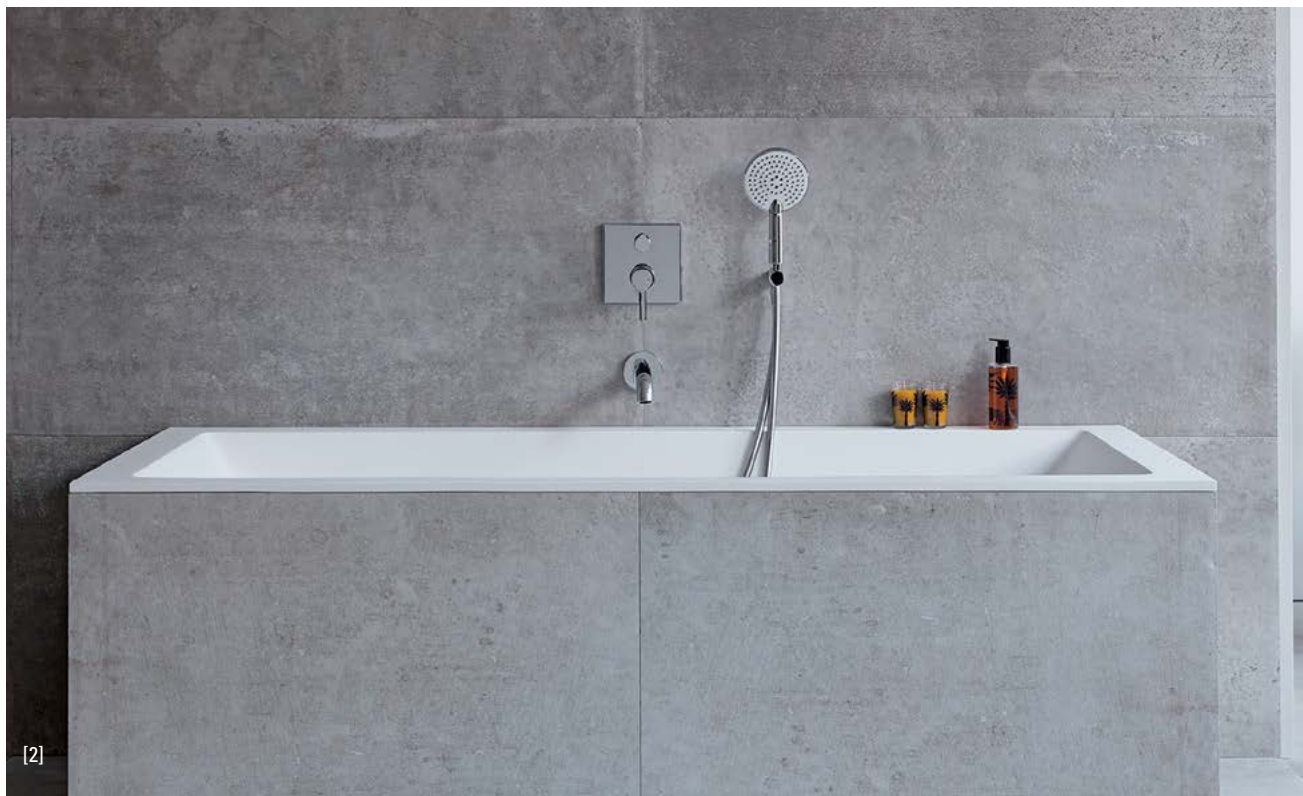


Designer



**Kurt Merki Jr. ...toilet
vonden ze wel goed... [1]**

Duravit C1 [2]



Van droom naar daad

Kurt Merki Jr. brengt de tijdgeest naar Duravit

Het is 2010. Kurt Merki Jr. zegt zijn baan bij de beroemde Italiaanse architect Antonio Citterio vaarwel. Na twee studies en een kleine tien jaar werkervaring vindt hij het tijd om voor zichzelf te beginnen. Hij keert terug naar Zwitserland en huurt een kantoor. Hij heeft nog geen enkele opdracht, maar dan gebeurt het. In een luxe winkelstraat in Zurich staart hij naar de etalage van een winkel met daarin onder meer chocola van Läderach. Merki Jr. kan zijn ogen niet geloven. Hoe kan zo'n prachtig product in zo'n lelijke winkel liggen? Hij belt de eigenaar van Läderach en vraagt letterlijk of die hulp nodig heeft.

Goede ideeën en een flinke dosis brutaliteit: het handelsmerk van de Zwitserse ontwerper Kurt Merki Jr.. Zijn portfolio is gigantisch. Een deel van zijn tijd brengt hij door met onbeschaamd pitchen van zijn werk. Gewoon aan de telefoon.

Het duurt even voordat de chocoladefabrikant van de schrik is gekomen, maar nog geen twee jaar later heeft hij een eigen winkel, ingericht door Merki Jr.. Later zal de ontwerper nog meer winkels voor hem ontwerpen en momenteel legt hij de laatste hand aan The House

of Läderach; een 'belevingscentrum' dat het midden houdt tussen een museum en mini-pretpark. Gebaseerd op de chocoladefabriek van Willy Wonka.

Toilet "Iets dergelijks gebeurde bij Duravit", vertelt Merki Jr. in zijn nieuwe studio in het Zwitserse Dübendorf. "Ik werkte al een paar jaar voor mezelf toen ik werd gebeld door een oude werkgever. Hij was een badkamercollectie aan het ontwerpen en klaagde dat zijn werk niet werd goedgekeurd. Keer op keer werden ze teruggestuurd en daarom vroeg hij mij om er eens naar te kijken. We besloten een nieuwe collectie te maken en ik zou het toilet voor mijn rekening nemen. Een paar weken later belde hij om te vertellen dat hij de opdracht kwijt was. Maar voor hij ophing zei hij: 'O ja, dat toilet vonden ze trouwens wel goed, alleen ze hebben al iets soortgelijks!'"

Merki Jr. liet het er niet bij zitten. Gewapend met



[1]

zijn schets belde hij Duravit. Hij mocht op gesprek komen en maakte een paar nieuwe schetsen. Het contact leek dood te bloeden, maar toen hij twee jaar later nog eens belde, viel hij met zijn neus in de boter. Duravit was net een interne ontwerpwedstrijd aan het uitschrijven en Merki Jr. mocht meedoen. Hij stuurde een collectie in bestaande uit keramiek, hout, staal en ledverlichting. Het mondde uit in de nog altijd verkrijgbare Vero-collectie. Later maakte hij voor hetzelfde bedrijf ook de kranencollectie C1 en het vierkante wastafelmeubel XSquare met het kenmerkende ronde aluminium profiel.

Red Dot “Vero werd in de markt gezet als huis-design”, blikt de ontwerper terug. “Maar toen de collectie een Red Dot Award kreeg in de categorie Best of the Best, stond er ineens een cameraploeg van Duravit op de stoep. Sindsdien sta ik prominent als designer op hun website, naast ontwerpers als Philip Starck. Op zich doet dat me niet veel, maar het is grappig om te zien hoe dingen soms lopen. Hoeveel er in het leven wordt bepaald door toeval.”

Inmiddels wordt de 42-jarige designer regelmatig benaderd door bedrijven, maar het merendeel van zijn opdrachten krijgt hij nog steeds door zelf de telefoon te pakken: “Meestal werk ik een concept eerst volledig uit, pas daarna bedenk ik welke partij het eventueel zou willen hebben. Dan bel ik gewoon het algemene



[2]

nummer van zo'n bedrijf en vraag ik of ik de directeur of CEO mag spreken omdat ik een waanzinnig idee heb.”

Ghana Waar dat zelfvertrouwen vandaan komt, weet hij niet. Maar hij vermoedt dat het met zijn vader te maken heeft. Om dat te begrijpen keren we terug naar zijn jeugd in Ghana. Zijn vader emigreerde daar vorige eeuw naartoe om een houtbedrijf te beginnen. Merki Sr. maakte houten meubels die hij naar Europa exporteerde. Hij werd verliefd op een Ghanese mode-ontwerpster en samen kregen ze vier kinderen.

“Rondom ons huis in Ghana lag klei”, blikt Merki Jr. terug. “Ik herinner me dat ik daar als kleine jongen een auto van bootseerde. “Wow, riep mijn vader, misschien moet je Mercedes bellen om te vragen of ze dit model willen maken. Ik antwoordde dat dat niet kon, maar daar wilde hij niks van weten: natuurlijk wel jongen, gewoon bellen. Natuurlijk heb ik nooit gebeld, maar het idee dat het zou kunnen, dat heeft me waarschijnlijk wel gevormd. Misschien dat ik mijn producten daardoor met vertrouwen durf te pitchen.” De meeste inspiratie krijgt de ontwerper op straat:

“Goed design voegt iets toe”, legt hij uit. “De makkelijkste manier om dit te bereiken, is door de tijdgeest aan te voelen en van daaruit iets te verzinnen dat ontbreekt. Iets waaraan een paar jaar geleden nog geen behoefte was, maar nu wel. Dat kun je aanvoelen door om je heen te kijken. De meeste mensen nemen hun omgeving als iets vanzelfsprekends. Pas als ze op vakantie zijn, kijken ze om zich heen. Maar juist als je je verwondert over je eigen omgeving, kun je de veranderende tijdgeest aanvoelen.”

Droom “Daarbij probeer ik in een toestand te geraken die het midden houdt tussen een droom en de werkelijkheid. Een beetje zoals kinderen de wereld ervaren. Als je vader je optilde, dacht je echt dat je kon vliegen en dat je loskwam van de grond, maar in werkelijkheid had je vader je beet. Die status probeer ik continu op te roepen. Een beetje zoals een toeschouwer in een vol voetbalstadion. Zelf zit je op de tweede ring, zonder stress en met perfect overzicht. Jij weet precies waar de bal heen moet, maar als je zelf op het veld zou staan, zou dat niet lukken. Ten eerste mis je het overzicht en als je al zou weten waar de bal heen



moest, heb je niet de balvaardigheid om het uit te voeren. Als ik ontwerp, probeer ik eerst de toeschouwer te zijn en onbegrensd te fantaseren, om vervolgens in de huid van de voetballer te kruipen en uit te voeren wat ik als toeschouwer heb bedacht.”

Het klinkt wat abstract, maar de methode leverde enkele bijzondere projecten op. Zoals parfumsflessen voor een Afrikaanse geurlijn, en een complete woning. Maar de meeste van zijn schetsen zijn nooit op de markt gebracht. Soms was hij er dichtbij, soms zag geen enkele fabrikant er wat in en sommige producten moet hij nog pitchen. Het gaat om honderden concepten. Denk aan stoelen waarmee je lekker op de grond kunt zitten. Of banken met handvatten zodat je ze makkelijker kunt verhuizen. Maar ook koffiekopjes gebaseerd op de eerste menselijke opgravingen, zijn eigen versie van de iMac of het jacht waarvoor hij binnenkort een miljoeneninvesteerder hoopt te vinden. “Ik ben gewend aan nee”, zegt hij er zelf over. “En ik weet ook wel dat niet al die honderden ideeën even briljant zijn. Maar die 0,001 procent maakt het verschil. Dat percentage voegt echt iets toe.”

Resort Een paar jaar geleden ontwierp hij ook een wellness-resort in Thailand. Volgens Merki Jr. zat hij op een avond samen met een investeerder te fantaseren over het ideale wellnesshotel, en een paar maanden later kreeg de investeerder ongevraagd een uitgewerkt plan thuisgestuurd. Het was een luxueus



hotel, omringd door behandelruimtes, zwembaden en privéverblijven. Hoogtepunt was het sushi-restaurant onder een zwembad vol vissen. De investeerder was enthousiast, maar haakte af omdat zijn compagnons hun geld liever in een olieproject wilden stoppen.

Ook Duravit kan binnenkort een telefoontje verwachten. Zonder dat de Duitse fabrikant het weet, is Merki Jr. bezig aan een nieuw product: “Ik kan er nog niet veel over zeggen, maar de begrippen ‘zuiverheid’ en ‘ruimte’ spelen een grote rol. Dat zuivere sluit aan bij de tijdgeest van corona. Met ruimtelijk bedoel ik dat je in een beperkte ruimte veel meer ruimte kunt ervaren.”

Nu maar hopen dat Duravit er wat in ziet.
kurtmerkijr.com

Duravit Vero [1]

Duravit XSquare [2]

Wellness-resort in Thailand [3]

Rosa, stoel met ingebouwde audio [4]