



Maak kennis met de creativiteit van de regio



07

Design thinking
in het onderwijs
Joos Van Cauwenberghe



Gamingopleiding met
internationale uitstraling
Yinuo Chen

Frisse look dankzij
Design in Shops
Christophe Cool

08



14



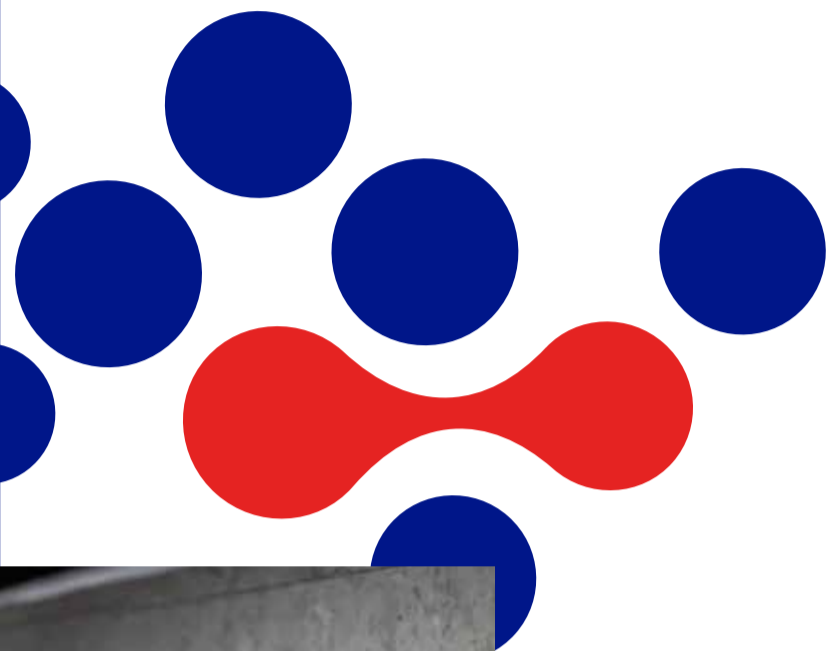
13

Van afval
tot zitmeubel
Thierry Vereecke

Ontwerpen
voor de zorg
Lieven De Couvreur
Steven Dehollander

16





Voel jij ook die aanstekelijke dynamiek die er hangt in de regio Kortrijk? Dat hoeft niet te verbazen, want creativiteit en probleemoplossend denken, dat zit nu eenmaal in het DNA van de streek. Dat is precies waarom regio Kortrijk in 2017 deel werd van het UNESCO Creative Cities Network. Het is een wereldwijd netwerk van 246 steden die inzetten op creativiteit om een meer leefbare, nog aangenamere omgeving te creëren voor hun inwoners. Kortrijk werd bekroond binnen het domein van design. De erkenning is te danken aan iedereen die creatief bijdraagt in de regio, op welke manier dan ook.

Aanstekelijke verhalen van **creatieve** mensen uit de **streek**

Maar stilstaan is achteruitgaan. Daarom blijft de streek investeren in creativiteit om futureproof te worden en te blijven. Lokale besturen werken daarvoor samen met studenten, bedrijven, openbare organisaties, (hoger) onderwijs, kunstenaars en ontwerpers – en met jou! Het doel? Duurzame groei en welvaart voor iedereen in de regio.

Deze krant inspireert je met verrassende verhalen van gedreven mensen. Ze zijn stuk voor stuk creatief bezig, of dat nu als ontwerper of als student is, als leerkracht, als ondernemer, of als geëngageerde burger. Ze durven buiten de lijntjes te kleuren en zetten de streek iedere dag weer in beweging. Al dat talent samen, dat kan alleen maar enthousiasmerend werken. Laten we samen gaan voor een positieve impact die zich niet alleen laat voelen in de regio, maar waarmee we ook de internationale uitstraling van de streek versterken.

Let's go!

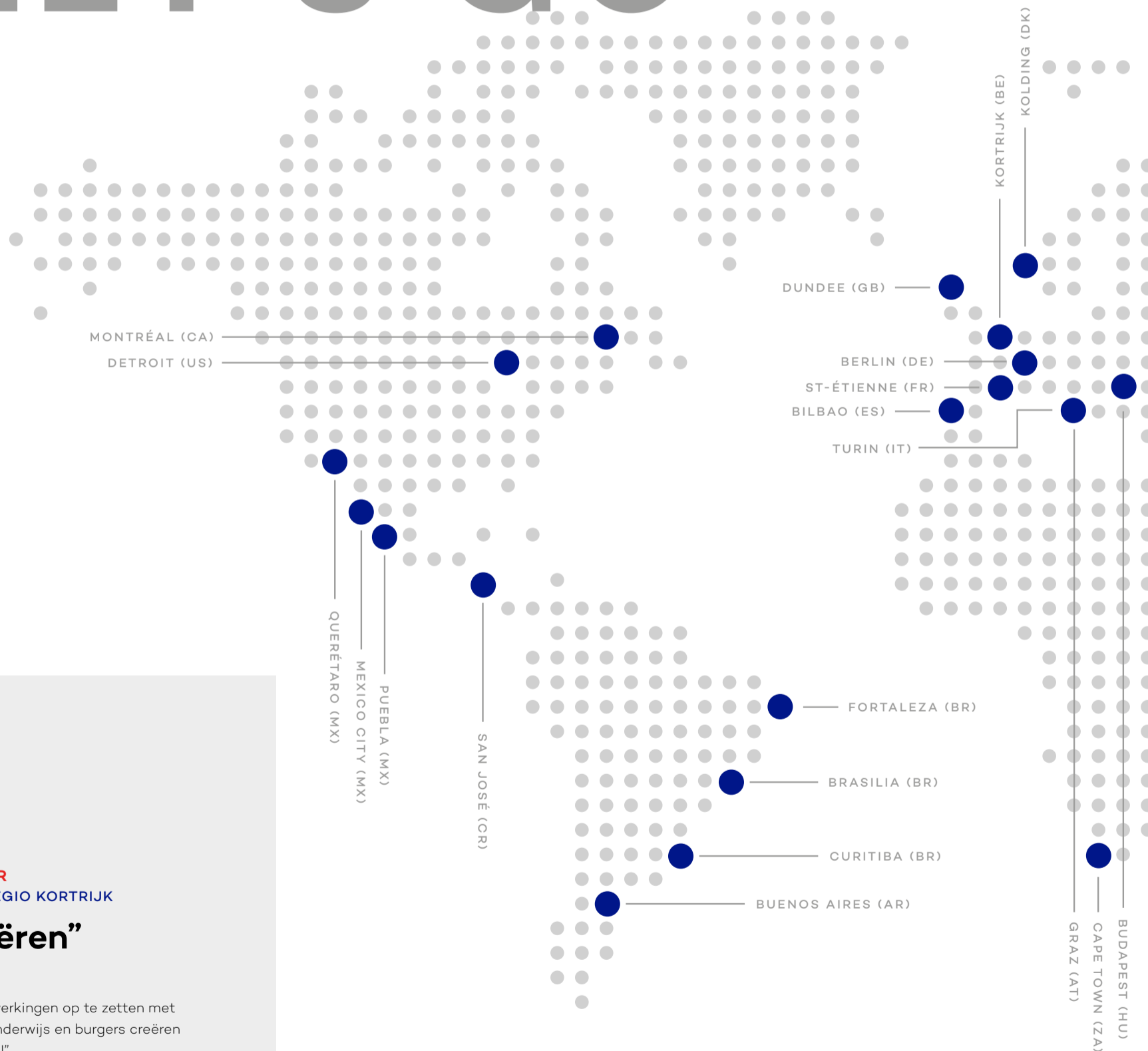
Met de UNESCO-erkenning als Creative City of Design komt de Kortrijkse regio naast 39 andere designsteden te staan, zoals Beijing, Buenos Aires en Berlijn. Bijzonder fijn gezelschap dus, waarvan we zeker heel wat kunnen leren!

VINCENT VAN QUICKENBORNE
— MINISTER VAN JUSTITIE EN VICE-EERSTEMINISTER

“Goed voor alle inwoners”

“We maken deel uit van het UNESCO-netwerk om elkaar te inspireren en om te leren van elkaar, want daar worden alle inwoners van onze regio beter van. Dankzij UNESCO hebben we nu toegang tot steden als Singapore, Detroit en Montréal. Daar zijn we trots op.”

LET'S GO



DOMINIEK CALLEWIER
— VOORZITTER DESIGNREGIO KORTRIJK

“Impact creëren”

“Door in de hele regio samenwerkingen op te zetten met bedrijven, lokale overheden, onderwijs en burgers creëren we impact. 1 + 1 is meer dan 3!”

RUTH VANDENBERGHE
— WAARNEMEND BURGEMEESTER KORTRIJK

“Boeiende samenwerkingen”

“Kortrijk is een fantastische stad. Decennialang al gebruiken we creativiteit en design om onze stad te veranderen. Onze ondernemers, scholen en stadsinstellingen zijn zo ingespeeld op elkaar, dat er continu nieuwe, boeiende samenwerkingen ontstaan. Van productdesign tot evenementen en joint ventures.”



STIJN DEBALLIE
— COÖRDINATOR DESIGNREGIO KORTRIJK EN
COÖRDINATOR UNESCO CREATIVE CITIES OF DESIGN

“Nieuwe expertise”

“Collega-steden uit het netwerk kijken met grote ogen naar de bedrijvigheid in onze compacte stad en streek. Wat we hier allemaal doen om creativiteit en innovatie te stimuleren, inspireert andere steden in de wereld. Dat creëert de ideale setting om ook nieuwe expertise uit andere steden naar hier te brengen.”

INTERNATIONAL

JULIE LIETAER
— ONDERNEEMSTER

“Hub voor creativiteit”

“Het ondernemerschap langs de Leie vloeit en bloeit rijkelijk. De wortels ervan liggen in de vlasindustrie, waar ook mijn eigen roots liggen. Met onze spin-off kiezen wij specifiek voor de regio als hub voor creativiteit en co-creatie. Dat heeft zich al geuit in verschillende samenwerkingen, zowel met andere bedrijven als met designers en hoger onderwijs.”



Elektriciteitskasten zijn meestal niet de mooiste objecten in de publieke ruimte. Met het project Surprise geeft de gemeente Wevelgem lokale (amateur)kunstenaars de kans om hun talent te gebruiken om er toch meerwaarde aan te geven. Na een oproep werden twaalf ontwerpen uitgekozen. Jordy Pype mocht een elektriciteitskast pimpen aan het sportcentrum in de Menenstraat. Met zijn 'fully charged'-kast verwijst hij naar steeds vaker voorkomende burn-outs. "Iedereen kent wel iemand die een burn-out meemaakt(e). Genieten van de kleine dingen in het leven is voor hen extra belangrijk. Met mijn ontwerp wil ik dan ook extra kleur in de straten brengen en een glimlach toveren op het gezicht van passanten. Ik ben ervan overtuigd dat wie er langskomt terugdenkt aan fijne momenten met vrienden of familie", vertelt hij. In Kuurne loopt een gelijkaardig project, met de naam Kunstige Kantjes.

29

Van de top 100 Belgische maakbedrijven vind je er maar liefst 29 in de Kortrijkse regio. En van de kleinste kmo tot de grootste multinational: bedrijven uit de streek doen het bijzonder goed op het vlak van innovatie.

Design in de publieke ruimte

Uitnodigende publieke ruimte met een weldoordachte invulling wint steeds meer aan belang. Het grensoverschrijdende project TRIPOD-II (Transregional Project for Innovation and Promotion of Design) van Intercommunale Leiedal speelt daarop in. Tijdens een voortraject met allerlei workshops werden vijf specifieke noden of opportuniteiten in kaart gebracht, die via co-creatie verder werden uitgewerkt. Stuk voor stuk leidden ze tot innovatieve producten of diensten voor de publieke ruimte: een slimme vuilnisbak, duurzame signalisatie in het Blauwe Park, makkelijker groenonderhoud, de inrichting van Mobipunten en nieuwe objecten die het verleden of de toekomst in beeld brengen.



“Met **design thinking** maken we onderwijs **futureproof**”

Design thinking toepassen in de klas, het lijkt geen evidentie. Toch is het een methodiek waar heel wat Zuid-West-Vlaamse middelbare scholen zwaar op inzetten, waaronder scholengroep RHIZO. “Zo dagen we leerlingen uit en pushen we hen om het beste van zichzelf te geven”, vertelt coördinator Joos Van Cauwenberghe.

Vanwaar het idee om design thinking in te zetten op school?

“Binnen de elf RHIZO-scholen besteden we veel aandacht aan innovatie, want het onderwijs moet mee evolueren met de maatschappij. Rode draad in die vernieuwing is de shift van kennis naar skills. Vandaar het idee om projectgebaseerd leren in te voeren. Als ze projecten uitvoeren, nemen leerlingen een actievere rol op en verwerven ze meer eigenaarschap over hun eigen leren. De leerkracht is dan niet zomaar iemand die hen iets uitlegt, maar een coach die hen begeleidt. Ontwerpenden biedt daarbij enorm veel mogelijkheden. Het leert hen om vernieuwende oplossingen te ontwikkelen voor complexe problemen en uitdagingen in het dagelijkse leven.”

Daarbij slaan jullie ook de brug naar externe partners?

“Dat klopt; we passen design thinking niet alleen toe in onze lessen. We voeren ook onderzoeksprojecten uit en doen aan dienstverlening voor bedrijven. Met RHIZO zetten we bijvoorbeeld projecten op voor internationale bedrijven als Doppler en Tata Consultancy Services. Dat idee rijpte na een hackathon waar drie leerlingen uit RHIZO Lyceum OLV Vlaanderen het opnamen tegen teams uit masteropleidingen of het werkveld. Onze gasten startten als underdogs, maar gingen met de eerste prijs aan de haal. Het deed ons beseffen dat er meer in hen zat dan we dachten.”

Hoe komt dat?

“In een context met een hogere inzet en met de begeleiding van de juiste coaches kunnen we leerlingen tien keer verder pushen dan in de klas. Op school draait het meestal om individuele prestaties, terwijl voor innovatie teamwerk net cruciaal is. We werken in JUMPLab met jongeren die vastgeroest zijn en de weg wat kwijt zijn. Tijdens een design sprint werken ze aan een project voor

een bedrijf (zoals KV Kortrijk of Brooklyn), doen ze nieuwe skills op en bouwen ze vertrouwen op in hun eigen capaciteiten. Daarna nemen we ze mee naar hackathons, waar ze kennismaken met creatieve mensen en ze hun netwerk verbreden. Daarna laten we hen ook stappen zetten in hun persoonlijk leven. We activeren hen via het project om de regie over hun eigen leven in handen te nemen.”

Een win-win voor jongeren en bedrijven dus. Wat is het voordeel voor de school?

“De opbrengsten uit die diensten gebruiken we om zelf verder te investeren in onderzoek en ontwikkeling. We leren intussen zelf de designstiel en worden creatieve ‘problem solvers’. Die kennis delen we graag met anderen. Dat is de insteek van ons nieuwe project Designtools, waarin al onze expertise op het vlak van onderzoekend en ontwerpend leren gebundeld is. Het is een

methodiek om ook creativiteit, leren samenwerken... gestructureerd aan te bieden. Want design thinking is niet zomaar de vrijblijvende brainstorm waarvoor het nog al te vaak aanzien wordt. Via de onderbouwde aanpak van Designtools kan je als school een duidelijke leerlijn met KPI's aanreiken aan leerlingen.”

In welke mate vormt de regio een inspiratiebron?

“Onze verankering in deze inspirerende streek is voor ons essentieel. Zo vermijden we dat we zouden vastzitten op een eiland. De omkadering daarvoor is hier fantastisch: er zijn bedrijven met heel veel knowhow die graag de brug slaan met onze scholen, we werken regelmatig samen met het hoger onderwijs, er zijn nauwe contacten met Hangar K... We hebben veel aan brugfiguren die ons helpen om deuren te openen en zetten volop in op dat netwerkeffect. Samen sterk.”



“Denken als een ontwerper leert leerlingen om vernieuwende oplossingen te ontwikkelen voor complexe problemen en uitdagingen in het dagelijkse leven.”

Frisse look dankzij Design in Shops

Met het project Design in Shops worden handelszaken in stadscentra aangemoedigd om samen te werken met een professionele designer. Dat heeft niet alleen een positieve invloed op hun zaak zelf, maar op de hele buurt en zelfs stad en streek. Toen Christophe en Nicolas Cool van Cool Electro Cycles een nieuw filiaal openen in Kortrijk, besloten ze mee te doen met het project. Ze werden gematcht met Axiome, een ontwerpbureau uit Bergen.

COOL ELECTRO CYCLES X AXIOME

"We hadden met Cool Electro Cycles al vijf winkels in West-Vlaanderen", vertelt Christophe. "Toen we ook een zaak wilden openen in Kortrijk, kreeg ik via het stadsbestuur informatie over Design in Shops. Normaal staan wij zelf in voor de inrichting en houden we het vrij low-budget, maar we beslisten toch om ervoor te gaan. Designregio Kortrijk linkte ons met ontwerpbureau Axiome uit Bergen, dat mooie referenties kon voorleggen."

X

Een frisse, moderne look creëren, die tegelijk ook past bij de vijf bestaande winkels, dat was de uitdaging. "We gebruiken veel natuurlijke elementen in al onze winkels. Met stenen, schors, een stukje kasseistrook,... presenteren we de fietsen in de omgeving waarin ze gebruikt zullen worden. Vincent, de ontwerper, is meegegaan naar een andere shop. Hij heeft bij zijn ontwerp rekening gehouden met de herkenbaarheid, maar zorgde tegelijk voor een subtiele opfrissing en een modernere look."

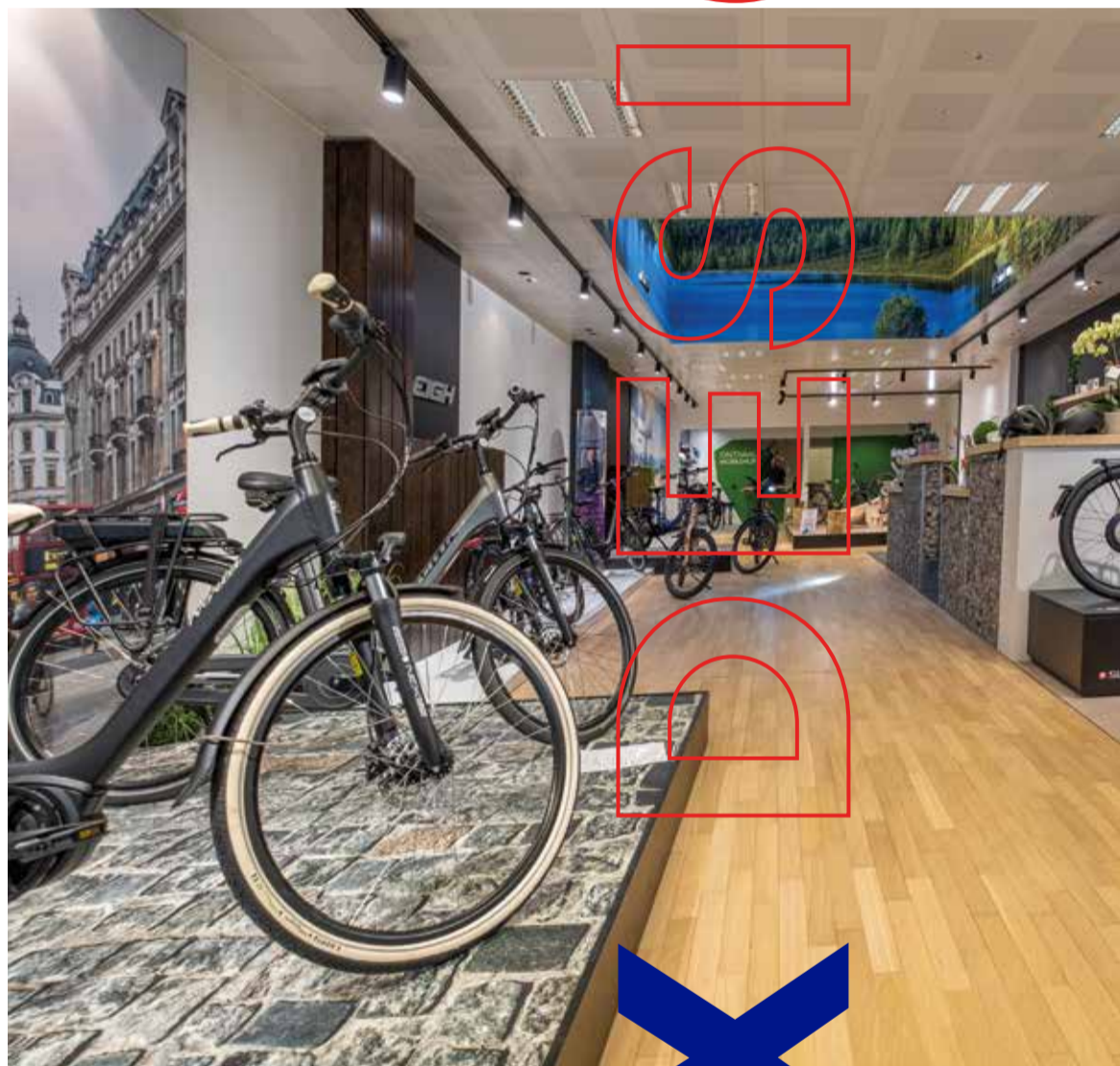
"De meerwaarde van een interieurarchitect is dat die een andere kijk heeft", vindt Christophe. "Zo hield Vincent bijvoorbeeld goed rekening met de voor- en nadelen van het pand. Voor ons leek het bijvoorbeeld een evidentie om de kassa vooraan in de zaak te installeren, maar hij suggereerde om die middenin de winkel te plaatsen, onder de lichtstraat. Daar valt veel natuurlijk licht binnen. Op de muren kwam een mooie natuurfoto; zo heb je altijd iets om naar te kijken als je staat te wachten."

VLOTTE WISSELWERKING

Een ontwerper heeft natuurlijk ook een fijn oog voor detail. "Zo gaf Vincent ons een duwtje in de rug om te investeren in goede verlichting. Daar zijn we achteraf superblij mee, want het effect op de presentatie van onze fietsen is zeer groot. Ook voor de integratie van radiatoren in de toonzaal vond hij een toffe oplossing, in de vorm van houten muurelementen die opgaan in het geheel. En ook

niet onbelangrijk: het was Vincents idee om een muur achteraan in het pand weg te halen en een extra doorgang te creëren naar de werkplaats. Zelf hadden we dat omwille van de kosten niet gedaan, maar achteraf gezien zouden we daar zeker spijt van gehad hebben", vertelt Christophe.

De wisselwerking tijdens het designproces liep vlot. "Vincent is een ontwerper die met beide voeten op de grond staat. Hij is er zeker in geslaagd om een evenwicht te vinden tussen de esthetische en de praktische kant. Het eindresultaat was natuurlijk duurder dan als we de inrichting en uitvoering zelf hadden gedaan, maar het is het 100% waard. De feedback is zeer positief. 'Jullie hebben de lat nog hoger gelegd', horen we van onze klanten." Bij Cool Electro Cycles zelf zijn ze ook heel tevreden. "Als we nog een zaak openen, werken we zeker opnieuw met Axioma. Hun meerwaarde is het geld meer dan waard", besluit Christophe.



DE
W
Z
G
S
M
D
X
P
O
I
S



Van Detroit → naar Kortrijk

Met Design in Shops willen de Stad Kortrijk en Designregio Kortrijk kleur geven aan Kortrijk als stad van innovatie en design. Het project is een concreet resultaat van het feit dat stad Kortrijk lid is van het UNESCO Creative Cities Network. Het ontstond in Montréal en werd daarna overgenomen in Detroit. Rohani Foulkes van ontbijt- en lunchbar FOLK uit Detroit is alvast een overtuigde believer. "Samenwerken met een team van designers was voor ons cruciaal, motiverend en inspirerend", vertelt ze. "Ze overtuigden ons van het belang van design en hoe dat bijdraagt aan de klantenbeleving. Daarbij pushten ze ons om verder te denken dan het functionele. De ontwerpers zetten onze visie om in realiteit; hun intrinsieke meerwaarde is niet te onderschatten. We slaagden er samen in om de ruimte, esthetiek en de branding perfect te laten samenvloeien. Zonder hen hadden we onze ideeën niet kunnen omzetten in een praktisch, ergonomisch en esthetisch eindresultaat."



Interesse? Neem dan zeker contact op via hallo@designregio-kortrijk.be

TON SUR TON X SIMON DE BACKERE & PLUSGRAND

In de gloednieuwe ruimte van Ton sur Ton moest een huiselijke, warme sfeer hangen. Interieurontwerper Simon De Backere ging voor art deco als thema, maar met een eigen twist. Het resultaat is niet zomaar een kapsalon, maar een heuse ontmoetingsplek die voor dynamiek zorgt in de buurt.

DESCAPLANT X LAURENT GÉRARD

De nieuwe slogan 'Descaplant, passie en emotie' ook in de winkel uitstralen, dat was het doel van deze bloemenzaak. Ontwerper Laurent pakte het bestaande meubilair aan, ontwierp een nieuwe toonbank en etalage-meubelen en bedacht een volledig andere presentatie van de bloemen. Zo spreekt Descaplant een nog breder publiek aan.

NON MOODSHOP X STUDIO LES CANAILLES

De gevel van NON Moodshop bestaat uit drie woningen en vormde daardoor geen geheel. De zaak werd gekoppeld aan de ontwerpers van Studio Les Canailles uit Rijsel. Het resultaat is een prachtige gevelschildering die het gebouw niet alleen veel pit en fun geeft, maar er ook voor zorgt dat passanten de drie onderdelen nu als één percipiëren.



Doe ook mee!

Deze believers zijn al overtuigd van de vibe van de streek. Wil jij ook aan iedereen tonen dat je trots bent op deze creatieve Kortrijkse streek? Word je graag mee ambassadeur van deze innovatieve designregio? Wil je op de een of andere manier inspelen op het internationale netwerk van UNESCO? Of heb je zelf ideeën of suggesties om design en creativiteit nog beter uit te spelen? Neem dan zeker contact op: **hallo@designregio-kortrijk.be**



“Tijdens mijn verblijf van drie maanden voelde ik duidelijk aan dat er in de regio Kortrijk heel wat mogelijkheden zijn om ideeën om te zetten in succesvolle projecten. Er heerst een sterke wil om creatieve en innovatieve initiatieven te ondersteunen.”

OLEKSANDRA GERASYMCHUK
// DESIGNER IN RESIDENCE KORTRIJK 2019



“Telkens ik langs de Leie fiets of als ik door een van de vele parken wandel, ben ik trots op ‘mijn’ regio. Het prikkelt mijn fantasie en creëert nog meer ambitie om te blijven ondernemen en innovatief na te denken. Dankzij initiatieven om burgers inspraak te geven, raakt iedereen betrokken en enthousiast. Zo verruimen we samen onze toekomstperspectieven.”

MARIE-AMÉLIE CNOCKAERT
// URBAN DESIGNER BUREAU CNOCKAERT



“Hier vinden wij voor ons bedrijf de perfecte mix van creativiteit en ondernemerschap. De streek wordt ook gekenmerkt door een typische go-getter mentaliteit. Op veel vlakken neemt de regio een pioniersrol op. Hier wordt keer op keer de kaart van vernieuwing getrokken, wat aanstekelijk werkt voor de creatieve industrie.”

FILIP JOOS
// MOTION DESIGNER WHOJO

“De transformatie van de regio is heel interessant voor designers. Ik denk dat de openheid voor verandering dankzij de UNESCO-erkenning ook zal blijven doorwerken. Ik zie gelijkenissen met Cebu in de Filipijnen, waar ik verbleef voor mijn eindwerk. Die streek onderging een gelijkaardige evolutie en maakt nu ook deel uit van het Creative Cities Network.”

SEP VERBOOM
// LIVABLE DESIGNER & DESIGNER VAN HET JAAR UITGEREIKT DOOR BIËNNALE INTERIEUR



©AARON LAPEIRE



“Als game developers vinden wij hier de ideale omgeving om creatief bezig te zijn. Met de aanwezigheid van Hangar K, Digital Arts & Entertainment en vele innovatieve bedrijven zijn voor startende designers met ambitieuze plannen alle elementen vlakbij.”

GILLES VANCOILLIE
// GAME DESIGNER MOONMONSTER STUDIOS

Level Up helpt jeugd om doelen te bereiken

Het potentieel van de jeugd in de regio ten volle ontwikkelen: vanuit die filosofie ontstond in 2018 Level Up. "Onze organisatie wil plaats bieden aan alle jongeren om zichzelf te kunnen zijn, om zich te kunnen ontwikkelen en om op hun beurt anderen te inspireren", vertelt Sarah Ait Hmeid.

Sarah is één van de initiatiefnemers van Level Up, samen met Evelien Defossez, Anissa El Attar en Nassima Abied. Ze leerden elkaar kennen in een studentenvereniging. "Alle vier hadden we het gevoel dat er in de regio nood was aan een plek waar jongeren konden samenkomen in hun vrije tijd én tegelijk interessante inzichten meepikken", zegt Sarah. "We besloten zelf zo'n organisatie op te richten waar zelfontwikkeling en empowerment centraal staan. We organiseren daarvoor heel wat events: educatieve workshops, praattafels, debatavonden..."

Het doel: jongeren zien uitgroeien tot bright-minded en zelfzekere individuen. En om dat te bereiken heeft Level Up een duidelijke visie, gebaseerd op zes pijlers. Onderwijsondersteuning is er daar één van. "Met workshops leren leren, een buddyproject en andere initiatieven geven we hen een duwtje in de rug met begeleiding en ondersteuning. Zo willen we de instroom en doorstroom naar het hoger onderwijs vergroten." Vanuit de pijler maatschappelijk bewustzijn werkt Level Up dan weer aan het politieke bewustzijn van jongeren, door hun kritische zin te ontwikkelen en aan te scherpen.

Level Up hecht veel belang aan inclusiviteit en wil dan ook zo laagdrempelig mogelijk zijn. "Iedereen kan hier terecht, los van zijn of haar achtergrond, talenten en capaciteiten", vertelt Sarah. "Maar we focussen niet expliciet op diversiteit, omdat we een diverse samenstelling vanzelfsprekend vinden – kijk maar naar de samenstelling van ons bestuur. Ook het feit dat we zélf nog jong zijn, spreekt onze doelgroep aan. Representatie is dus heel belangrijk."

De organisatie ontvangt subsidies van de stad en doet daarnaast een beroep op sponsors voor events. "We merken ook een grote openheid bij andere organisaties om samen te werken. En aangezien we er zijn voor en door jongeren, benutten we ook ten volle de talenten en capaciteiten van de mensen uit ons netwerk", besluit Sarah.

VAN AFVAL

THIERRY VEREECKE – CEO ISOMO

Sinds 1956 al produceert en verwerkt Isomo uit Heule geëxpandeerd polystyreen. Het focuste daarna ook op andere vormen van thermische en akoestische isolatie. Het familiebedrijf is altijd innovatief en creatief geweest, met aandacht voor het milieu. Het ging daarom onlangs op zoek naar een manier om een bepaald type afval een nieuwe functie te geven. Het liet zich begeleiden binnen het 5X5®-innovatietraject van Designregio Kortrijk en Voka West-Vlaanderen.

"We wilden enerzijds onze afvalstoffen recupereren, anderzijds moest het eindresultaat ook zelf akoestische eigenschappen bezitten."





Het was een specifiek vraagstuk waarvoor Isomo aanklopte bij 5X5®. "Eén van onze producten is Basotect, een zeer opencellig melamineschuim met een laag gewicht en goede brandwerende eigenschappen", legt CEO Thierry Vereecke uit. "Een vijftal jaar geleden lanceerden we onze Akomo 3D-objecten, die de akoestiek in een kantoor of woning verbeteren en waarin je licht kan integreren. Onze toeleverancier BASF levert dat schuim bij ons als grote blokken, die wij verder verwerken. Maar wij vonden het vanuit ecologisch standpunt jammer dat onze producten, die bedoeld zijn om geluid en warmteverlies te reduceren, afval veroorzaken."

5X5®

Om die afvalstromen om te zetten in een nieuw product, klopten Thierry en zijn team aan bij het 5X5® innovatietraject van Designregio Kortrijk en Voka West-Vlaanderen. "We waren op zoek naar een win-win: we wilden enerzijds onze afvalstoffen recuperen, anderzijds moest het eindresultaat ook zelf akoestische eigenschappen bezitten", duidt Thierry. Er volgden enkele gesprekken met designerstudio's. De klik bleek het grootst te zijn met de mensen van Blackbirds. "Uit de eerste brainstormsessie kwamen verschillende ideeën. Enkele denkpistes werkte Blackbirds verder uit met renders; na die fase beslisten we al snel om voor een zitstructuur als eindproduct te gaan. Blackbirds kwam daarop met een uitgewerkt, verder verfijnd model. Zo werd Sowsies geboren. De eerste prototypes zitten goed, nu werken we verder op de technische aspecten."

Een hele uitdaging, zo blijkt. "Met het verkleinen van afval hebben we zeer veel ervaring voor thermische isolatie, maar voor akoestische isolatie moeten we die expertise nog verder uitbouwen. Akoestisch schuim heeft een schurende eigenschap – vergelijk het maar met een wonderspons – en dat maakt van de verwerking geen evidentie. Dat geldt ook voor het adequaat vullen van de textielhoes en het aandrukken van de vulling."

Bedoeling is om de Sowsies op Interieur 2021 te lanceren. Isomo mikt ermee op een brede doelgroep: van interieurarchitecten tot openbare besturen. "Het vraagt dus zeker nog wat werk om ook onze logistieke flow daarop af te stemmen", vertelt Thierry. Hij is zich trouwens ook bewust van de gevaren van een té groot succes. "Als de vraag te groot zou zijn, kan er een tekort dreigen aan afval. In dat geval zouden we virgin materiaal moeten inzetten. Dat is natuurlijk niet de bedoeling, want de focus op duurzaamheid is belangrijk. Ons circulaire gedachtegoed trekken we ook door in de keuze van het textiel. We zijn nog op zoek naar de beste oplossing daarvoor", besluit hij.



HALLO INNOVATIE PODCAST!

MEER WETEN OVER INNOVATIE DOOR
BEDRIJVEN UIT DE REGIO? DAN IS DE
PODCAST 'HALLO INNOVATIE' ECHT IETS
VOOR JOU. DE EERSTE AFLEVERING
DRAAIT ROND DIGITALISERING. STEFAN
SEGHERS (CHIEF DIGITAL OFFICER BIJ
ROULARTA MEDIA GROUP) EN PIETER
DECABOOTER (DIGITAL PRODUCT
DESIGNER BIJ LITTLE MISS ROBOT)
PRATEN ERIN OVER DE UITDAGINGEN
VAN HET DIGITALISEREN VAN
TRADITIONELE MEDIA EN HET NIEUWE
PROJECT WAARAAN ZIJ WERKEN.
DE PODCAST IS EEN INITIATIEF VAN
DESIGNREGIO KORTRIJK, VOKA
WEST-VLAANDEREN EN LEAP FORWARD.
WWW.HALLOINNOVATIE.BE



NAAR ZITMEUBEL



VINUO CHEN - STUDENT HOWEST

Gamingopleiding met internationale uitstraling



De regio Kortrijk telt naast Howest ook
nog een andere hogeschool en
twee universiteiten, met elk een
breed gamma aan opleidingen.



VIVES

In deze hogeschool kunnen studenten terecht voor zes studiegebieden. Eén daarvan is gezondheidszorg. In het project 'Go Baby Go Belgium' werken studenten uit dat departement over opleidingen heen aan een gepersonaliseerd en omgebouwd elektrisch wagentje. Kinderen die beperkt zijn in hun mobiliteit, worden daarmee weer mobieler én hun sociale interacties verbeteren.



Een wereldwijd gerespecteerde opleiding die internationale studenten naar West-Vlaanderen trekt: Kortrijk heeft het. Yinuo Chen kwam er speciaal voor van de Zweedse stad Malmö naar Howest in Kortrijk.

Yinuo is geboren in China en groeide op in Zweden, waar ze naar een internationale school ging. Van jongs af aan droomde ze er al van om mee te werken aan games. Zo kwam ze terecht in Kortrijk. "Howest staat hoog op de lijst van gamescholen", vertelt ze. "Ik zit nu in mijn derde jaar en de inhoud van de opleiding is precies wat ik ervan had verwacht. Het is wel hard werken. Want vergis je niet: games spelen is iets helemaal anders dan games maken."

De lessen van de opleiding zijn in het Engels. "Ik vond het in het begin evident dat hier zoveel internationale studenten zitten, maar het is in andere richtingen blijkbaar eerder uitzonderlijk. Toen ik hier startte, was ik echt onder de indruk van de ondersteuning die internationale studenten krijgen van Howest. Die begeleiding helpt je om hier je weg te vinden. In het begin vond ik zelfs dat ik té goed geholpen werd. Toen dacht ik 'wat met de Belgische studenten – they need love too.'" (lacht)

Haar werk is nu al sterk, maar toch is Yinuo extreem gedreven om nog beter te worden. "Vorig schooljaar ben ik na mijn laatste examen bijna

meteen weer achter de computer gekropen. Ik had een 3D-gamewereld ontwikkeld die ik verder wou verfijnen. Die passie voel ik ook bij de andere DAE-studenten. We willen het allemaal echt maken." Yinuo beseft dat je daarvoor niet alleen technische skills nodig hebt. "Het heeft ook te maken met je ingesteldheid. Door veel te werken, ontwikkel je een nog beter oog voor detail. Onze docenten leren ons bijvoorbeeld ook om zelfredzaam te zijn. Want als je in een bedrijf werkt, is er niet altijd iemand in de buurt om je iets uit te leggen. Dan moet je in staat zijn om zelf een probleem op te lossen. Je moet constant blijven leren en evolueren, want alles is voortdurend in verandering: de technologie verandert, de sector,..."

OVERAL TE VOET NAARTOE

Heel veel vrije tijd heeft Yinuo niet, maar ze heeft wel enkele bevindingen over België. "Zweden zijn van het type 'minding your own business'; Belgen zijn directer en stellen meer vragen. Op het vlak van architectuur zie ik parallellen tussen beide landen, maar 'halve huizen' lijken mij toch typisch Belgisch. Ik hou van Kortrijk: het is net als Malmö groot genoeg om gezellig druk te zijn, met leuke bars en restaurants, maar tegelijk heeft het niet de nadelen van een grootstad. Ik ga overal te voet naartoe. En het is natuurlijk ook een pluspunt dat je van hieruit heel wat andere steden kunt bezoeken, zoals Brugge en Rijsel."

Als we haar vragen of ze hier een bepaalde creatieve sfeer voelt, aarzelt ze eerst wat. Maar dan valt haar een rake observatie te binnen. "Bijna overal waar ik kom, merk ik grafisch werk op van hoog niveau: van graffiti tot posterdesign. Zelfs de kleinste winkels of bars hebben een goed gemaakt logo. Alles hier lijkt 'well designed'. En als je omringd bent door mooie dingen, word je automatisch gestimuleerd om zelf ook dingen te maken die er goed uitzien", besluit ze.

“Ik voel dezelfde passie bij de andere studenten. We willen het allemaal echt maken.”

KU Leuven Campus Kulak Kortrijk

Op deze KU Leuven-campus kan je 20 bacheloropleidingen verdeeld over 6 faculteiten volgen. Technologische innovatie is er een hot topic, onder meer in de interdisciplinaire onderzoeksgroep itec. Daar loopt een nieuw project rond artificiële intelligentie (AI) in de zorg. Op diensten intensieve zorgen gaan vaak allerlei alarmen af, wat bij patiënten tot angst en slaapproblemen kan leiden, en bij verpleegkundigen tot alarmmoedigheid. AI kan helpen om de 'true positives' van de 'false' te onderscheiden, om meer gepersonaliseerde grenswaarden te genereren en zo te leiden tot nog betere patiëntenzorg.

UGent Campus Kortrijk

Deze universiteit biedt academische bachelor- en masteropleidingen industrieel ingenieur aan in de industriële en bio-industriële wetenschappen. Circulaire economie en duurzaamheid zijn hier hot topics. In dat kader ontwierpen studenten van het Departement Industriële Systemen en Productontwerp bijvoorbeeld een product-service-systeem voor het delen van kajaks in de Blauwe Ruit. Een soort Airbnb voor niet-gemotoriseerde boten dus.

“Mensen centraal bij ontwerpen voor de zorg”

Producten ontwerpen voor de zorg: het is bijna een vak apart. Een ontwerper moet daarvoor nog meer dan anders in de schoenen gaan staan van de eindgebruiker en alle betrokken stakeholders. ‘User Centered Design’ heet dat dan. Ook testen en voortdurend bijsturen is van groot belang. Dat is ook het uitgangspunt van het VLAIO Makerhealth-project. Howest Industrial Design Center en UGent sloegen daarvoor de handen in elkaar met zorgorganisaties en ontwerpbureaus, met het ‘gemakbakske’ als één van de concrete resultaten.

Lieven De Couvreur geeft les Product & Wellbeing aan het Howest Industrial Design Center en trekt samen met zijn team en collega's het Makerhealth-project van VLAIO. “Onderzoeken hoe zorgprofessionals zelf maker kunnen worden van innovatieve zorgoplossingen, dat is eigenlijk de insteek”, duidt hij. “Want veel zorgprofessionals kunnen benoemen welke aanpassingen nodig zijn aan bepaalde producten, maar hebben geen ervaring met ontwerpen. Wij willen hen daarbij ondersteunen. Via laagdrempelige prototypingtechnieken helpen we hen om oplossingen of ‘hacks’ te vinden voor hun concrete problemen.”

“De uitdaging in de zorg is een massaproduct te ontwerpen voor eindgebruikers die allemaal verschillend zijn.”

Maar die oplossingen zijn natuurlijk nog geen eindproducten die vermarkt kunnen worden. Om daartoe te komen, worden professionele ontwerpbureaus ingeschakeld, zoals Pilipili. “Wij zetten sinds een vijftal jaar specifiek in op ontwerpen voor de zorg, naast ons werk voor industriële klanten”, vertelt general manager Steven Dehollander. “We vinden dat er nog te vaak nieuwe producten voor de zorg ontwikkeld worden met een bepaalde technologie als kapstok. Het zijn systemen die wel goed werken, maar niet altijd matchen met de behoeftes van de gebruikers. Terwijl het net belangrijk is om samen te ontwikkelen.”

Zo'n co-creatie, daar is het gemakbakske een uitstekend voorbeeld van. Studenten van Howest ontdekten in het Woon & Zorghotel H.Hart dat veel bewoners problemen hebben met de afstandsbediening van hun tv. Lieven De Couvreur legt uit: “Door de vele verschillende knoppen, die bovendien dicht bij elkaar staan, drukken bewoners gemakkelijk op een verkeerde toets. Ze raken dan in paniek en bellen een zorgkundige, die op die manier veel tijd verliest. Onze studenten vonden samen met het personeel en de bewoners een eenvoudige oplossing,

in de vorm van een kunststof laagje dat sommige knoppen op de afstandsbediening verbergt. Een low-cost oplossing met hoge impact dus.”

VAN IDEE NAAR PRODUCT

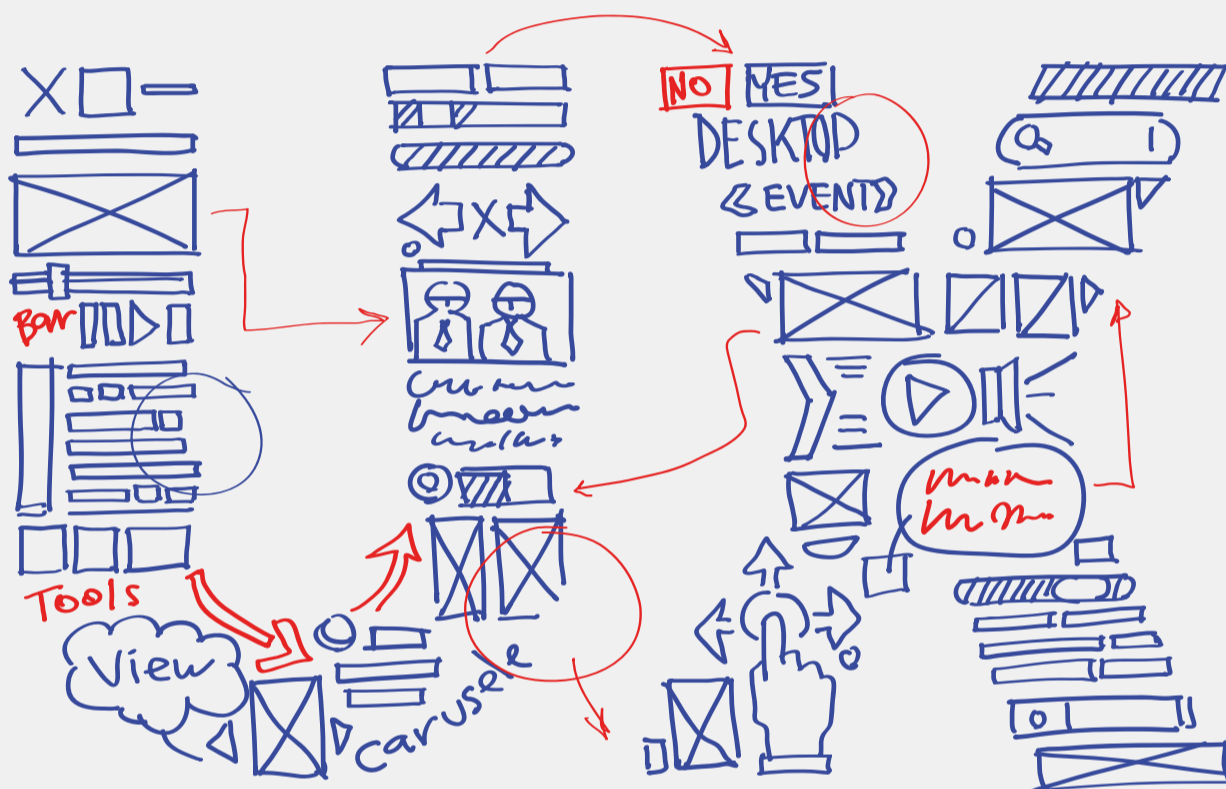
Een hack bedenken is één ding, er een vermarktbaar product van maken iets anders. “Je moet natuurlijk rekening houden met de organisatie van de zorg, waar veel stakeholders betrokken zijn, van cliënten tot paramedici tot aankoopdiensten”, vertelt Lieven. “Blijkt na onderzoek dat het product ook een meerwaarde is voor andere zorgprofessionals, dan begint er eigenlijk een nieuw ontwerpproces. Dan moet je gaan opschalen.” Dat is de fase waarin het gemakbakske zich nu bevindt: de studenten onderzoeken met Pilipili de mogelijkheden om het op de markt te brengen.

Een belangrijk aandachtspunt daarbij is dat je voortdurend moet bijsturen, vindt Steven. “Een snoezeltent die we eerst in karton produceerden, bleek bijvoorbeeld niet stevig genoeg en was niet wasbaar. We kozen na tests bij gebruikers dus voor afwasbaar textiel. Een ander voorbeeld komt uit het designproces van de deurklink ‘TWO’, voor mensen met dwaalgedrag. We ontdekten dat mensen met dementie de deur moeilijk kunnen openen als er twee handelingen voor nodig zijn, in plaats van één. Onze klink met een extra verborgen knop hebben we al uitvoerig laten testen door woonzorgcentra. Het is belangrijk om al die feedback van gebruikers voortdurend mee te nemen en zo je product altijd maar beter te maken. Door veel te praten en te proberen kan je het verder verfijnen. User Centered Design maakt de ontwikkeling van nieuwe producten veel efficiënter. De uitdaging in de zorg is een massaproduct te ontwerpen voor eindgebruikers die allemaal verschillend zijn. Door die menselijke factor is ontwerpen voor de zorg zeer boeiend”, besluit hij.



LIEVEN DEGRAUWE - UX-DESIGNER

De gebruiker centraal stellen en hem of haar een aangename ervaring bieden, dat is de essentie van user experience (UX) en user interface design (UI). De komende jaren is het iets waarop bedrijven moeten inzetten voor hun website, software, online shop, app,... als ze vóór willen blijven op hun concurrenten. Lieven Degrauwe van UXpertise werkt als UX/UI-consultant voor de industrie, voor webshops en voor bedrijven die (SaaS-)platformen ontwikkelen. Hij geeft tekst en uitleg.



steeds
meer must
voor bedrijven

Een website, platform, app,... helpen bedenken die een gebruiker vlot en graag gebruikt, daar komt het eigenlijk op neer. We starten altijd met een probleem. Ik focus op hoe technologie dat kan oplossen, hoe die moet werken en hoe het eindresultaat voor de gebruiker eruit moet zien. Voor de industrie creëer ik via UX en UI een mooi huwelijk tussen de mens en technologie, zoals een gebruiksvriendelijk platform waarmee operatoren een machine bedienen.

Als een bedrijf voor de ontwikkeling van een platform of website inzet op UX, heeft het vrij snel een prototype dat getest kan worden, zonder dat het product echt geprogrammeerd moet worden. Het kan snel bijsturen waar nodig en moet pas beginnen met development op het moment dat het product gevalideerd is, intern én extern. Het voordeel: het hele proces loopt efficiënter, het kost minder tijd en geld en op lange termijn is het eindproduct beter.

Het hele proces start altijd met drie vragen. De eerste is 'hoe kan ik mijn probleem met technologie oplossen?'. De volgende vraag is hoe die technologie moet werken. En de laatste is hoe het geheel eruit moet zien. Dan pas gaat het over design, lettertypes, kleuren,...

Mijn taak is om dingen niet te begrijpen, om ze vervolgens begrijpbaar te maken. Ik moet van alles de structuur en het design in vraag stellen, verbetervoorstellen doen en die laten testen door gebruikers. Want die is koning. Voor e-commerce

is conversie cruciaal. Maar een webshop kan heel functioneel zijn en de beleving volledig uit het oog verliezen. In dat geval is het gewoon pokkesaai om die te gebruiken. Het gaat hem steeds over de balans tussen branding & usability. Heel vaak gebruik ik humor in m'n design, ook voor b2b-projecten.

UX is nog niet helemaal ingeburgerd in de streek, maar ik merk wel dat ondernemingen uit de Kortrijkse regio de evolutie meer en meer omarmen. Ik voel dat industriële bedrijven me meer dan vroeger betrekken in hun verkoopproces. Ze schakelen me de laatste tijd vaker in tijdens de offertefase, want ze overtuigen klanten gemakkelijker als ze hen kunnen laten zien hoe een bediening zou kunnen werken. Bij e-commerce voel ik dat er meer aandacht is voor UX als proces, op zoek naar continuë verbetering.

Waarom design thinking onmisbaar is

Het is niet omdat technologie of een product goed werkt, dat het sowieso een succes wordt. Innovatie is pas geslaagd als het eindresultaat toegevoegde waarde heeft voor gebruikers. De methodiek van design thinking zet hen en andere belanghebbenden centraal in het ontwerpproces. Volgens die filosofie worden nieuwe producten en diensten ontwikkeld in vijf stappen: het onderzoeken van de noden van gebruikers, hun noden en problemen definiëren, ideeën bedenken, een prototype ontwikkelen en de oplossing(en) testen.



“Ik merk dat ondernemingen uit de Kortrijkse regio de digitale evolutie meer en meer omarmen.”



01

FLORE DEMAN // ILLUSTRATRICE

Kruisbestuiving troef

Flore Deman werkte jarenlang op de cultuurdienst in Waregem. Ze combineerde haar job met een bijberoep als illustratrice. Begin 2020 werd ze fulltime zelfstandige. "Als illustrator voel ik me zowel kunstenaar als ondernemer", vertelt ze. Die mix uit zich ook in de diversiteit aan opdrachten. "Ik heb op vraag van een uitgeverij net twee kinderboeken geïllustreerd, een grote droom van me. Ik illustreer vaak voor culturele huizen, om evenementen te promoten, en voor magazines en tijdschriften. In mijn werk voor bedrijven

probeer ik dan weer van 'droge' materie iets levendigs te maken. Variatie troef dus."

Het valt op hoe open creatieve ondernemers uit de regio zijn, vindt Flore. "Je leert elkaar hier gemakkelijk via-via kennen. Er is een grote openheid voor kruisbestuiving en dat leidt dan weer tot nieuwe kansen. Tekenen op de ramen van een koffiezaak, een stoffencollectie ontwerpen, een keramieklijn uitbrengen,... het is super om via allerlei samenwerkingen andere mensen en procédés te leren kennen."

02

JONAS DESMET // ZANGER PINGPONGCLUB

Focussen op de muziek

Onder de noemer 'Lotto Wild Talent' zetten Wilde Westen, Lotto en V.I.B.E de schouders onder nieuw talent. Met een wedstrijd gingen ze op zoek naar een West-Vlaamse band of artiest die werkt aan een eerste wapenfeit. Na een uitgebreide selectieronde werd PINGPONGCLUB gekozen als de nieuwe Lotto Wild Talent. De indiepopband rond zanger Jonas Desmet krijgt nu professionele begeleiding. "Het is de bedoeling om over een jaar een EP te releasen in concertzaal De Kreun", vertelt Jonas. "We krijgen nu ondersteuning, bijvoorbeeld om P.A.-repetities te organiseren, om onze single in de markt te zetten, om een label te vinden,... Het Wilde Westen heeft een uitstekende reputatie in Vlaanderen en kan een groot netwerk aanspreken. Die nauwe samenwerking is dan ook een ongelofelijke opportuniteit voor ons."

"Voor ons is het al mooi meegenomen dat we heel goedkoop een repetitiekot kunnen huren in Muziekcentrum Track. Op die manier kunnen we ons focussen op onze muziek en hoeven we ons geen zorgen te maken over bijzaken. Die praktische ondersteuning die we in de regio krijgen is in die zin zeker een katalysator. In Pand.A kunnen we na de repetitie iets drinken. Ook dat heeft een positief effect op de creativiteit, zeg maar (*lacht*). Het is tof om daar andere bands tegen het lijf te lopen en met collega's te kunnen overleggen." Het plan van PINGPONGCLUB is duidelijk: "We willen eerst onze plaat mixen en masteren, zorgen dat we er zoveel mogelijk mensen mee bereiken en fijne optredens geven. Het komt er nu op aan eerst de mensen uit regio Kortrijk te overtuigen, en dan de rest van de wereld", besluit Jonas.

BRUISENDE CULTUUR HOTSPOT

De regio Kortrijk is de ideale plek om cultuur op te snuiven. Van theater tot film, van poëzie tot muziek: hier valt altijd wel iets te beleven. Het creatieve DNA van de regio werkt duidelijk inspirerend voor artiesten. We zetten er vier in de spotlights.



03

MARCOS SIMÕES // CHOREOGRAAF EN PERFORMER

Dichotome vibe

Kunstencentrum BUDA zet sinds 2006 zijn knowhow en infrastructuur in om verschillende creaties in de podiumkunsten te ondersteunen. Het host elk jaar zo'n 65 residenties. Marcos Simões, een Portugese choreograaf en performer die in Brussel woont, was er al verschillende keren te gast. "Ik vind kunstencentrum BUDA een zeer interessante plek", vertelt hij. "Door de variatie aan verschillende artiesten en mensen hangt er een bepaalde dynamiek en wordt het een echte inspiratiebron." Artiesten kunnen hier terecht voor volledige technische residenties in de theaterzalen tot studiowerk of onderzoeksresidenties. "Kunst, artiesten en hun projecten zijn er de prioriteit. Als ik er ben, ben ik zeer gefocust op mijn werk. Tegelijk ontmoet ik er andere kunstenaars met wie ik over kunst kan praten. BUDA biedt me ook de

mogelijkheid om een groep locals uit te nodigen om mijn werk te komen bekijken. Het is altijd interessant om feedback te krijgen van mensen die geen connectie hebben met kunst."

Marcos is lovend over Kortrijk. "Ik hou van de stilte, de mensen zijn vriendelijk en er is heel wat natuur. Maar tegelijk valt er altijd iets te beleven: cinema, concerten, musea, design, theater, bars,... Ik kom er nu al jaren en het is echt verrassend hoe snel de stad veranderd is; er is telkens weer iets nieuws te ontdekken. Je voelt er een openheid voor nieuwe, moderne dingen, maar met respect voor de eigen geschiedenis. De industrie en handel waren er zijn er nog altijd zeer aanwezig. Ik zou de vibe dichotoom noemen: klein en groot, oud en nieuw, stil en dynamisch."



04

ANNELEEN VAN OFFEL // SCHRIJFSTER EN LETTERZETTER

Collectief stadsdichterschap

In 2015 koos Kortrijk voor een unieke invulling van het stadsdichterschap. Het gunde dat officiële mandaat aan een Letterzetter én aan een collectief van jonge kunstenaars uit de regio. Anneleen Van Offel werd in 2019 aangesteld als Letterzetter. De Gentse heeft daarvoor het geknipte profiel: ze werkte aan haar debuutroman ("Hier is alles veilig" kwam begin 2020 uit), is redacteur bij een literair magazine en publiceert kortverhalen, poëzie en columns. "Als Letterzetter doe ik samen met een twintigtal jongeren tussen de 18 en 30 jaar oud literaire interventies in de regio", legt ze uit. "Tegelijk coach ik hen en stoom ik ze klaar om door te stromen naar het professionele circuit; het collectief is dus ook een talentontwikkelingsprogramma. Ik ben als Letterzetter ook artistiek curator van het Memento woordfestival. De Kortrijkse bibliotheek coördineert alles".

Ook al woont ze niet in Kortrijk, haar affiniteit met de regio is groot. "Ik kom er natuurlijk heel vaak; ik speel er graag aan. Dat ik nadien weer wegga, zie ik als een voordeel. Het plaatst me in een ideale positie om te reflecteren." Ze ziet in de streek veel potentieel. "Er is veel talent aanwezig dat de kansen grijpt die er zijn. Ook de openheid om cross-overs te zoeken en de wil tot samenwerking zijn van onschatbare waarde. En zonder in clichés te willen vervallen: de drang om de koe bij de horens te vatten en hard te werken, dat vind ik een schone eigenschap van Zuid-West-Vlamingen", besluit ze.



ik ben de wereld rondom

mij

Deze zin vormde de spil van een campagne om de nieuwe Letterzetter Anneleen Van Offel voor te stellen. Ontdek er meer over op letterzetterkortrijk.be. De slagzin past trouwens perfect bij de filosofie van het Creative Cities Network van UNESCO, waarvan de regio Kortrijk deel uitmaakt. De ambitie is om de hele streek in dat inspirerende, creatieve verhaal te betrekken én iedereen aan te moedigen om deel uit te maken van het netwerk.

Dit is een uitgave van Designregio Kortrijk, het platform voor creativiteit, innovatie en ondernemerschap van de regio Kortrijk. Designregio Kortrijk wil talenten in deze door UNESCO erkende creatieve designregio samenbrengen om samen een betere toekomst te verbeelden, ontwerpen en maken. Als samenwerkingsverband met Stad Kortrijk, Howest, Intercommunale Leiedal, Voka West-Vlaanderen en Biennale Interieur organiseren ze projecten die creativiteit, innovatie en ondernemerschap stimuleren, inspireren met goede praktijken en connecteren een netwerk van bedrijven, ontwerpers, onderwijs en publieke ruimte. **Designing better futures!**

V.U.: Stijn Debaille, Designregio Kortrijk,
Broelkaai 6, 8500 Kortrijk
056 51 91 83 - hallo@designregio-kortrijk.be
www.designregio-kortrijk.be