

Hou toch op over 'out of the box'!



DESIGN

14 sep 2015 @ 08:24

7071 x gelezen

1 reactie

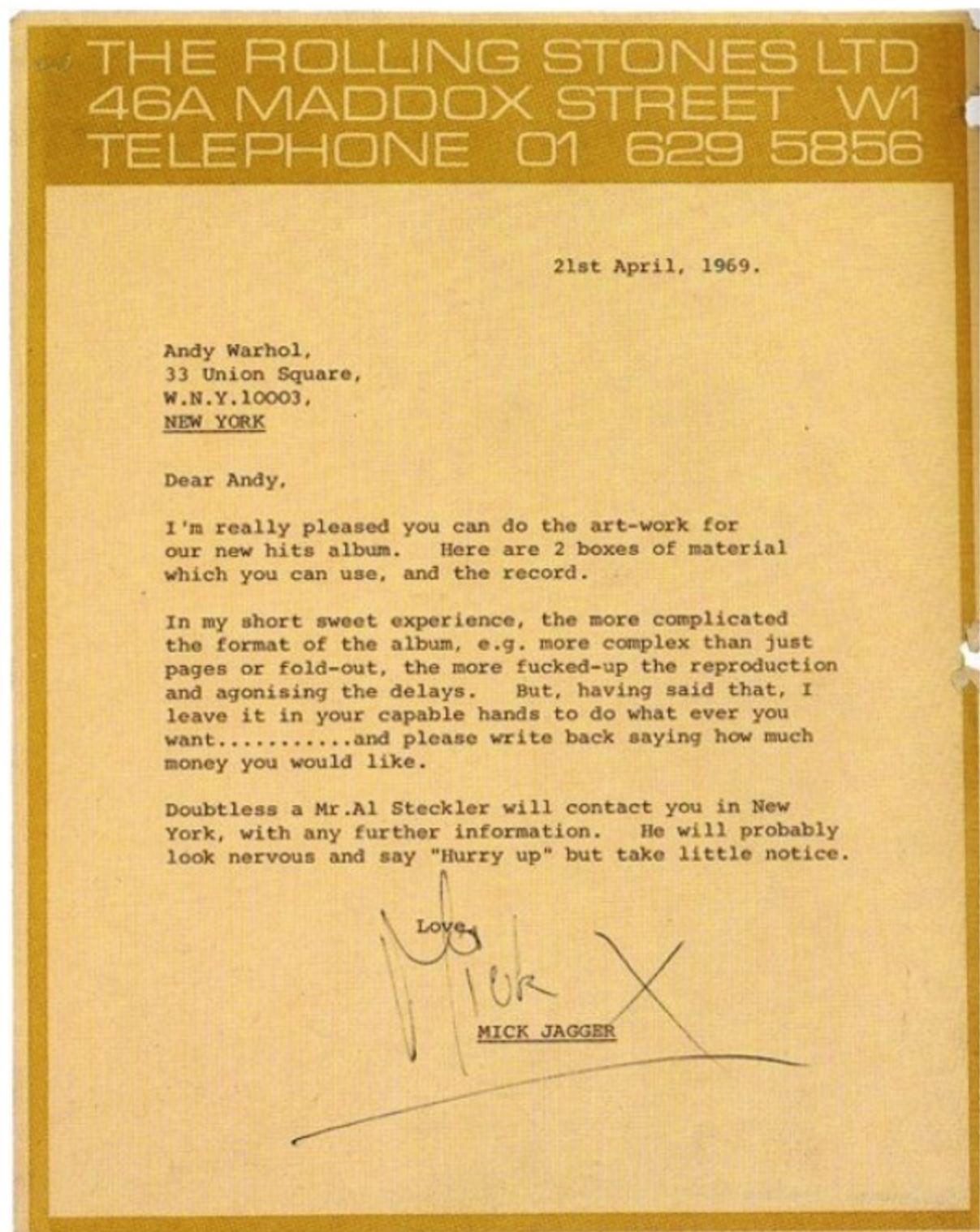
Edwin Visser

Geen tag

U herkent het wel, dat bij een briefing gevraagd wordt om naast de geformuleerde opdracht ook nog wat ideeën te presenteren 'out of the box'. Of nog erger, er wordt een pitch uitgeschreven onder meerdere bureaus met de vraag om vooral alleen 'out of the box' oplossingen te ontwikkelen om de opdrachtgever te verrassen. Het moet maar eens gezegd: het stellen van een dergelijke vraag is een brevet van onvermogen.

Mick Jagger en Andy Warhol

Want laten we wel wezen, eigenlijk betekent het dat de vraagstellers het zelf niet weten. Niet wat ze willen en niet waar het naar toe moet met het merk. Het startpunt 'out of the box' geeft geen enkele richting. Het weten 'wat' gaat voor het weten 'hoe'. Creatieven hebben doelstellingen, uitgangspunten en randvoorwaarden nodig, anders waren het wel kunstenaars geworden. Het mooiste voorbeeld van het verlenen van een opdracht aan een kunstenaar is verwoord in een brief van Mick Jagger aan Andy Warhol:



Omarm die box en doorgrond hem

Een droomopdracht, maar niet voor iedereen weggelegd daar de juiste invulling aan te kunnen geven. Bovendien bestaan binnen een gegeven kader, een geformuleerde en afgebakende box, al 1001 mogelijkheden en oplossingen. Omarm die box en doorgrond hem en je zal zien dat er ongekende mogelijkheden verborgen zijn. Natuurlijk kunnen in een discussie de ribben van de box wat opgerekt worden of tijdens het proces wat fluïde worden gemaakt. Of de box wordt in zijn geheel eens verplaatst of gekanteld, hetgeen nieuwe inzichten en oplossingsrichtingen kan verschaffen. Om in de metafoor van verpakkingen te blijven: zoek een nieuwe opening. Maar uitgangspunt moet toch een geformuleerde box zijn. Niets kan ontstaan uit het luchtledige.

Geen houvast voor beoordeling en evaluatie

Achteraf geeft 'out of the box' ook helemaal geen houvast voor beoordeling en evaluatie van de voorstellen. Waarop wordt er dan beoordeeld als er geen criteria zijn waarover opdrachtgever en bureau het eens zijn? Daar kan je elkaar op afrekenen en het objectiveert de discussie. Bij 'out of the box' gaat de opdrachtgever achteraf pas nadenken wat ze willen. O, nu ze dit zien scherpt het hun denken aan en begint het te dagen wat ze eigenlijk op voorhand hadden gewild. Dan heeft het werk wellicht nog zijn nut bewezen. Maar meestal is het hebben van geen uitgangspunten een vrijbrief om voorstellen op basis van persoonlijke voorkeur te gaan beoordelen. Wat moet je dan met een 'nee, dit had ik niet verwacht en ik zie het niet zitten'? Als dat het antwoord is, waarom kon dan wat je wel verwacht en wel ziet zitten niet van tevoren geformuleerd worden? Het zijn de meest ongemakkelijke gesprekken in een bureau-klant relatie. Dus bij deze mijn oproep: Hou toch op over 'Out of the box'!

Like 1 Share

Tweeten 0

in Share

G+



Edwin Visser

Werkt bij: SOGOOD

Functie: medeoprichter, directeur

Website: <http://www.sogooddesign.nl/>

Profiel »