

MARK PATTISON LEERT VAN ANDERE MERKEN.

EEN VRAAGGESPREK MET DE ONTWERPERS VAN DE AIRUSH VAPORX Door: Marc Schmid, met vragen van Jeffrey Kuipers en Elon Hendriksen
Beeld: Marc Schmid en Tobv Bromwich

NUMMER DRIE VAN HET NK 2009 BAS KOOLE VAART ALWEER EEN TIJDJE MET DE AIRUSH VAPORX. ACCESS GING IN GESPREK MET DE MENSEN ACHTER HET ONTWERP VAN DE KITE. WE HEBBEN EEN INTERVIEW MET DE ONTWERPER VAN DE VAPORX, MARK PATTISON, DE PRODUCTMANAGER VAN AIRUSH DAVE TYBURSKI EN DE GRAFISCH DESIGNER PETER ENGELBRECHT. VIA DE FACEBOOK-PAGINA VAN ACCESS KWAMEN OOK VRAGEN BINNEN EN DEZE LEGDE ACCESS EVENEENS VOOR AAN HET TEAM VAN AIRUSH.

We beginnen met een vraag van Elon Hendriksen: "Hoeveel mensen zijn er bij het proces betrokken?"

Dave: Wow, we hebben zoveel mensen werken. Onze brandmanager Clinton Filen en productmanager Dave Tyburski, tevens een extreem getalenteerd teamrijder die ook nog eens hard werkt achter het bureau. Omdat twee meer weten dan één beschikken we over twee kite-ontwerpers, Mark Pattison (ontwerper van de Vapor) en Benoit Menetrier. Daarnaast hebben we onze grafisch ontwerpers, Peter Engelbrecht en Ananya Angkasing, die vele uren besteden aan de artistieke lay-out van de kites en boards.

En natuurlijk niet te vergeten onze teamrijders, zoals Bas Koole, Jo Ciastula, Alex Pastor en wereldkampioen Gisela Pulido. Allen staan ze garant voor rigoreus testen en misbruik van het materiaal.

Wat zijn de belangrijkste vragen die je jezelf stelt voordat je een kite ontwerpt?

Mark: We kunnen binnen het team een hoop aan elkaar vragen, maar meestal gaan we rechtstreeks naar de kiteboarders zelf. Eerst zoeken we uit waar vraag naar is en wat er speelt. Dit doen we door te kijken naar verkoopcijfers, media en de deelnamecijfers aan competities. Hiermee

bepalen we welke doelgroepen er zijn. De ene discipline is groter dan de andere. Ten tweede filosoferen we over waar mensen nog nooit naar gevraagd hebben, omdat ze niet hadden gedacht dat het mogelijk zou zijn. Dit is een vraag die we ons stellen voor de ontwikkeling op de langere termijn. In het geval van de VaporX vroegen we eerst aan de rijders wat ze fijn vonden aan de Vapor III, zodat we die eigenschappen konden behouden. De aspecten waarover de rijders minder te spreken waren zijn we vervolgens gaan verbeteren.



Bas Koole loopt zijn VaporX tijdens een sessie op de spot Palmones (ES)
Foto: Toby Bromwich



Als ontwerper neem je zelf ook plaats achter de naaimachine



Dave Tyburski



Mark Pattison



Hoe begin je met het ontwikkelen van de VaporX?

Mark: Een kite is altijd in ontwikkeling, zelfs als je klaar bent om de kite in productie te nemen. Ik zou willen dat ik kon zeggen dat ik geniet van het resultaat van mijn werk. Maar toen de Vapor III allang in productie was gegaan ging ik nog steeds door met het ontwikkelen van de kite. Het doorontwikkelen van de Vapor III resulteerde in de VaporX.

Kijk je naar de ontwerpen van andere merken?

Mark: Zeker, ik zie daar niets verkeerd in. Hoe kunnen merken ontwikkelen en leren van de successen en fouten van anderen als ze niet om zich heen kijken. Het is een van de beste manieren om te zien wat de markt wil en waar de gemiddelde kiteboarder blij mee is. De industrie zou nog steeds voornamelijk c-kites maken als men niet om zich heen had gekeken.

Hoe zagen de andere prototypes eruit?

Mark: We hebben erg vreemd ogende kites gehad. We hadden gave kites die kortgesneden vleugels hadden. Dat was een geslaagd idee, maar we verloren het Vapor-gevoel. En dat wilden we niet kwijt raken. We probeerden er ook een paar met minder struts en verschillende bridleset-ups. We konden met de Vapor een compleet andere weg inslaan, maar daar hebben we niet voor gekozen.

Vraag van Jeffrey Kuijpers via de Access Facebook-pagina: "Wat is je inspiratie voor het graphicsdesign?"

Peter: Ik haal mijn inspiratie uit een aantal bronnen, zoals albumhoezen, skatekunst, fine-art, natuur, typografie, schoenontwerp, om er maar een paar te noemen.

Hoeveel prototypen kites maak je tot je zover bent dat je een versie hebt die je kan uitbrengen?

Mark: We maken prototypes in verschillende groottes om zodoende eenzelfde gevoel voor de hele serie

te creëren. We maakten ongeveer vijf verschillende 14meter-kites, veertien verschillende 10meter-kites en zeven verschillende 7meter-kites, voordat we elke maat hadden aangepast aan de specifieke windcondities. Alle kitematen daartussen zijn lichtelijk aangepast. We noemen dit ontwikkelproces Balanced Canopy Curve.

Hebben jullie een specifieke doelgroep waar jullie je met een kitemodel op richten?

Dave: We proberen voor elk groep in de markt een kite aan te bieden. Wat deze groepen zijn ontwikkelt zich en verandert jaar na jaar. De kites proberen we zo te ontwerpen dat ze elkaar niet overlappen. We proberen naar elke groep te kijken en ze een kite te bieden die ze bevalt. Als je ooit een Airush-kite hebt geprobeerd en die beviel niet, dan weet ik zeker dat we er één hebben die je wel zal bevallen. We hebben namelijk een sle, hybride delta, hybride c en traditionele c-kite ontworpen en nieuwe ontwerpen liggen alweer klaar.

Waar deed je gedurende het grootste gedeelte van het testwerk? Waarom koos je voor deze locaties?

Dave: Onze belangrijkste testcenters bevinden zich op het moment in Perth, West-Australië en Hood River, Verenigde Staten. We kozen deze plekken omdat ze voorspelbare wind hebben en verschillende condities bieden, van vlak water tot down the line golfrijden met daarnaast zowel lichte als sterke wind. Tevens is het belangrijk dat we snel genoeg dingen kunnen vershippen van en naar onze fabrieken.

Welke punten zijn van belang bij het werken aan het grafische gedeelte van een kite?

Peter: De belangrijkste punten zijn de vorm en de panelen, de doelgroep en het budget.

Wat is lastig aan het ontwerpen van een vierlijns kite die ook een optie voor een vijfde lijn heeft?

Mark: Voor wat de Vapor III betrof was er een grote

vraag naar een optie voor een vijfdelijn. We besloten om een upgrade-kite te maken. Toen we hadden uitgevonden hoe we dit moesten doen konden we het makkelijk implementeren op de VaporX. Het moeilijkste was om door middel van de bridle hetzelfde effect qua veiligheid te krijgen als bij een vijfdelijnsysteem het geval is. De drie pulleys moesten perfect uitgebalanceerd worden om het systeem goed te laten werken.

Is een kite een blank doek waarmee je alles kunt doen, of zijn er grenzen?

Peter: Een kite begint zeker als een blank doek, maar als de panelen op hun plek zitten begin ik pas met het visualiseren van het concept. Als dat is gedaan bekijk ik wat de doelgroep van de kite is en wat het product zal kosten. Dat bepaalt namelijk het budget waarmee ik een print kan maken. Dan schets ik ideeën die in het budget passen. Als de visuele stijl is bepaald breng ik de typografie in de graphics aan. Als dit klaar is stel ik het voor aan de brand- en marketingafdeling en vervolgens kiezen we samen het meest geschikte ontwerp.

Wat is de volgende stap nu de kite op de markt is?

Dave: Het proces stopt niet echt. Er is een continue ontwikkeling met al onze producten en het designteam is erg kritisch. We zullen doorgaan met het ontwikkelen van nieuwe concepten voor de verschillende segmenten in de markt. Nu zijn we druk bezig met de 2011-ontwikkelingen. We houden continu een oog op de markt, luisterend naar de feedback van de rijders, distributeurs, forumposters en andere betrokkenen bij de collectieve formulering van de designdoelstellingen.

Wat is jullie visie op de toekomst van het kiteboarden?

Mark: Als ik zou denken dat kites binnen vijf jaar niet meer zoveel zouden veranderen heb ik binnenkort geen baan meer. Op het eerste gezicht vreemde ideeën uitwerken zorgt dat we nieuwe manieren kunnen vinden die de toekomst van het kiteboarden bepalen. ■