

# 'De designafdeling is net een machine.

*En dat ben ik zelf ook'*

**Wie:** Laurens van den Acker **Wat:** designdirecteur bij Renault-groep  
**Dat betekent:** werkdagen van minimaal twaalf uur en veertig meetings  
in een week **Dat betekent ook:** een strategie uitzetten die jaren meekan  
en waarin iedereen in het bedrijf gelooft **Over zijn vrouw:** 'Zonder haar  
zou ik niet kunnen doen wat ik nu doe.' *Tekst: Fleur Baxmeier*



Laurens van den  
Acker poseert met  
de Renault Twin'Z,  
een 'concept car' van  
Renault (2014).

# L

aurens van den Acker (50) staat voor een zaal van 120 studenten. In het Stedelijk Museum geeft hij een lezing over de designontwikkeling van Renault door de jaren heen. 'Moet ik gewoon op deze pijltjes klikken?' vraagt hij aan niemand in het bijzonder als de MacBook vóór hem niet doet wat hij wil. Hij oogt relaxt, losjes. Een man die gewend is te spreken voor grote groepen. Terwijl de zaal wacht, rommelt hij verder om het beeld van zijn laptop op de beamer te krijgen. Grappend: 'Ik werk normaal altijd op een pc.'

Twee uur eerder schuift hij in een klinische vergaderzaal vlak bij het museum aan voor het interview. Exact op tijd. Hij verdoet geen tijd aan ditjes of datjes, maar komt direct ter zake. Zijn antwoorden komen snel en in vloeiende bewoordingen. Alleen op de momenten dat zijn privéleven ter sprake komt, is er een kleine rimpeling zichtbaar in het ordentelijke voorkomen van de senior vice president of corporate design van het Franse Renault. Hij mag jaarlijks honderden interviews geven over zijn vak, over zijn jeugd of thuissituatie praat hij zelden.

'Bij een design directeur zien mensen waarschijnlijk iemand voor zich die uren uit z'n raam zit te staren, zich vrolijk laat inspireren en het niet zo nauw neemt met de tijd', vertelt hij. 'Maar mijn job bestaat uit ongeveer veertig projecten, die allemaal tegelijk lopen. We investeren jaarlijks tien procent van de omzet in nieuwe producten. Als je een omzet hebt van 40 miljard euro, geeft dat een bepaalde

verantwoordelijkheid. Mensen zijn er altijd verbaasd over hoe georganiseerd we zijn in design. Maar we moeten wel.'

Hij vergelijkt de designafdeling met een machine. 'En dat ben ik zelf ook. Ik kan niet anders', aldus Van den Acker. Hij heeft wekelijks zo'n veertig meetings, maakt werkdagen van gemiddeld twaalf uur en gunt zichzelf tussendoor nauwelijks tijd voor ontspanning. Hij is altijd geconcentreerd én optimistisch, zegt hij. 'Ik kan een mooie visie creëren, maar ik ben ook een Hollander. Ik sta met beide benen op de grond. Ik zit niet met mijn hoofd in de wolken.'

Zou zijn vrouw gevraagd worden hem te omschrijven, dan zou zij volgens Van den Acker zeggen dat hij lui is en er nooit is. 'Als ik niet werk, doe ik het liefst niets', grinnikt hij. Evengoed staat ze al 25 jaar aan zijn zijde. 'Ik zou zonder haar niet kunnen doen wat ik doe. Ik reis veel en we zijn voor mijn werk 27 keer verhuisd en hebben in zeven landen gewoond, waaronder Italië, België, Duitsland, Amerika, Japan en inmiddels Frankrijk. Dat kun je niet alleen. Dankzij mijn vrouw heb ik ook een goede smaak; zonder haar liep ik nog rond op sandalen met witte sokken.'

Van den Acker groeide op in het Brabantse Deurne. Zijn vader was architect en als de kleine Laurens zijn studio aan huis binnenliep,



*Zonder mijn vrouw liep ik nog rond op sandalen met witte sokken eronder*



## CV

---

**Geboren 5 september 1965**

**Opleiding Technische  
Universiteit Delft**

---

**Burgerlijke staat**  
*Getrouwd, samen hebben  
ze een inmiddels 16-jarige  
dochter*

---

**Woonplaats Parijs**

---

**Carrière** *Van zijn opleiding  
in Delft is Van den Acker  
via Italië (Design System  
srl), Duitsland (Audi) en  
Amerika (Ford) naar Japan  
(Mazda) gegaan*

---

**Sinds 2009** *zit hij op z'n  
plek bij Renault, waar hij  
wereldwijd verantwoorde-  
lijk is voor alle automo-  
dellen van Renault-groep  
(Renault, Dacia en  
Renault Samsung Motors)*

---

*Van den Acker rijdt zelf  
in een Renault Clio RS en  
heeft een Zoe. Als kind van  
de jaren zeventig zijn z'n  
favoriete auto's de Lancia  
Stratos Concept, de Vel  
Satis Concept en de Mazda  
Taiki. De leukste auto  
ooit vindt hij de Fiat Mul-  
tipla: 'Er waren allemaal  
goede intenties, maar het  
is helemaal misgegaan in  
de uitvoering.' Zijn eigen  
beste ontwerp heeft hij  
nog niet gemaakt: 'Dat is  
voor mij een intelligente  
auto die niet meer crasht  
en zo weinig technische  
bagage meesleept dat je 'm  
prachtig kunt vormgeven.'*

drukte zijn vader hem meteen een pen en papier in handen. 'Om van me af te komen waarschijnlijk', zegt Van den Acker. Zijn eerste tekeningen bevatten louter flatgebouwen, maar dat ging na een tijdje vervelen. En zo werden het auto's, volgens Van den Acker de meest verheven vorm van design: 'Het is de enige vorm van design die bijna menselijke waardes heeft. Een auto heeft een gezicht, schouders, een kont, auto's zijn sexy of juist niet.'

Zijn jeugd was vrolijk en beschermd. Hij was een braaf ventje, achteraf misschien té braaf: 'Mijn oudere broer was het wilde type, mijn oudere zus zat daartussenin en ik was het typische jongste kind, dat alles observeerde en zijn eigen weg ging zonder schade achter te laten.' Een favoriet automerk had hij in die dagen nog niet, maar zijn kinderkamer hing vol met posters van de Italiaanse designstudio Pininfarina: 'Ik zag de Ferrari's die amper een meter hoog waren en zeshonderd horsepower hadden; dat leek mij ook wel wat.'

### Autoblaadjes kopen

Op de middelbare school blonk Van den Acker uit in wiskunde en exacte vakken. Hij wist dat hij 'iets' met design wilde doen, waardoor hij als vanzelf uitkwam bij de studie Industrieel Ontwerpen aan de TU Delft. Autodesign had op dat moment al zijn specifieke interesse, maar die richting bestond nog niet. 'Ik heb mezelf dat tijdens mijn studie moeten aanleren. Dat is eigenlijk een karakteristiek van alle autodesigners, want er waren geen leraren op dat gebied. Je moest jezelf het vak bijbrengen: autoblaadjes kopen en uren en uren schetsen.'

Een van z'n medestudenten was Adrian van Hooydonk, tegenwoordig beter bekend als hoofd design van BMW. Hij wilde exact hetzelfde als Van den Acker en hun carrières lopen sinds hun afstuderen bijna parallel: van werken in Italië en



Amerika tot hoofd design worden van een groot merk. Van den Acker: 'Adrian is een van de weinige personen aan wie ik advies kan vragen, want er zijn niet zoveel mensen die zich kunnen voorstellen wat ik doe.'

Toen Van den Acker bij Renault begon, was het merk 'zoekende naar identiteit'. 'Met Adrian kon ik overleggen hoe ik zoiets qua strategie moest aanpakken. Zonder in details te treden kunnen we elkaar enorm motiveren.' Een groot sociaal leven heeft hij verder niet: 'Ik heb geen tijd of ik zit in een ander land. Natuurlijk is dat soms jammer. Ik sta nooit met mijn vrienden half op z'n kop in een bar het WK te kijken, maar zie zo'n wedstrijd om vier uur 's ochtends in mijn eentje in m'n pyjama in Japan. Het zijn de offers die ik voor mijn carrière heb moeten maken.'

Het cv van Van den Acker leest als een voortdurende trein: van design system srl in Turijn, waar hij onder meer meewerkte aan het



**Boven: de nieuwe Renault Kadjar. Midden: Van den Acker draagt altijd gympen. Rechts: Van den Acker buigt zich over een concept car.**



interieurontwerp van de Bugatti EB110, exterieurontwerper bij Audi in Ingolstadt, hoofd strategisch design bij Ford in Amerika en designer van conceptauto's bij Mazda in Japan tot zijn switch naar Renault. Geen uitgeknipte carrière, maar simpelweg wat er op zijn pad kwam: 'Mijn probleem is dat je tegen sommige jobs gewoon geen nee kunt zeggen.'

De functie van design directeur bij een groot bedrijf is zeldzaam, legt hij uit. Ter illustratie: de voorganger van Van der Acker bij Renault, Patrick le Quément, zat er 22 jaar. 'Je kunt dus niet zeggen: ik laat deze baan schieten en neem de volgende wel. Ik zou graag willen dat ik meer keuze had. Aan de andere kant is dit ook wel zen. Ik kan me volledig concentreren op een baan, want ik weet dat ik er de komende jaren aan vastzit. Voor iemand die graag gefocust is, creëert dat veel

duidelijkheid. Behalve als een merk je niet ligt; dan blijf je niet lang.'

Dat gevoel heeft hij zelf nooit gehad, maar een van zijn geveugelde uitspraken is dat elke verandering van werkgever is als een verandering van religie. 'Ik moet een richting uitzetten waar iedereen in een bedrijf jarenlang in gelooft. Het kost veel energie om die te verzinnen. Ik heb een team achter me, maar ik moet toch zelf de strategie uitzetten. Vergelijk het maar met een dirigent: het orkest maakt de muziek, maar ik bepaal wat voor concert we spelen, welke stukken daarin zitten en hoe de repetities eruitzien. Ik stuur ze aan.'

### Verandering van religie

Toen Van den Acker bij Renault begon, ging het op z'n zachtst gezegd niet goed met het bedrijf. Hij introduceerde een nieuwe designstrategie, gebaseerd op de levenscyclus van de mens: het merk wordt verbonden met zijn klanten door ze te volgen in alle levensfasen: love, explore, family, work, play en wisdom. Dit leverde tot dusver de sensuele Clio, de speelse Twingo, de ruime Espace, de inventieve Captur en de crossover Kadjar op: auto's die ervoor hebben gezorgd dat Renault in 2015 financieel uit het dal is gekropen. Van den Acker: 'Zoals ontwerper Raymond Loewy ooit zei: "The most beautiful line is the line of a rising sales chart."'

Maar zijn missie bij Renault is pas geslaagd als hij na een succesvolle eerste generatie over een paar jaar ook een populaire tweede generatie weet neer te zetten. In de verre toekomst gaat Van den Acker ergens – waarschijnlijk in Frankrijk – een mooi huis met een garage bouwen. 'Grappig genoeg wilde ik vroeger alles worden behalve architect, omdat mijn vader dat was. Maar als er iets is waarvoor ik me nu zou interesseren, dan is het architectuur. Maar misschien is dat iets te laat.'



*Ik sta nooit met mijn vrienden half op z'n kop in een bar het WK te kijken, maar zie zo'n wedstrijd in mijn eentje in pyjama in Japan*