



This title refers both to the creation of the Pols Potten company and to the familiarity of traits apparent in the most iconic products the firm has sold and produced since its foundation by Erik Pol in 1987. We started research for this story, dedicated to the 30th anniversary of the business, by interviewing owners Jan Wolleswinkel and Theo Grootendorst. During one of these talks a strange, somewhat nostalgic analogy to an Italian circus movie (probably by Fellini) occurred to me. Imagine a troupe of acrobats, clowns, musicians, directors and odd helpers seated around a large table in the middle of the ring, enjoying a simple, delightful meal, drinking and discussing the evening's performance. Although a metaphor like this fails to exactly explain the complete business history, it helps to picture the playful nature of the portfolio and the driving force of Pols Potten as an extended family of mixed characters, balancing creative and entrepreneurial instincts, producing small furniture, accessories and objects in workshops around the world that deliver atmosphere and joy to homes globally.

pols potten

family
of
things

De speelse slogan die pols potten op visitekaartjes voert, verwijst naar de eigenwijsheid en tegendraadsheid waarmee Amsterdam in de wereld geassocieerd wordt. De tolerantie die het succes en het aanzien van onze hoofdstad in de Gouden Eeuw bepaalde, wordt vaak aangehaald om de identiteit van heel Nederland te typeren. Omdat het merk in de basis ook in- en door Amsterdam gevormd werd, maakt Pols Potten graag gebruik van dat rebelse imago. De veelvormigheid die in de stad zichtbaar is; de hoofse grachtengordel naast de veredelde kitsch van de Jordaan, past bij de stijl van het merk. Vanaf het begin heeft Pols Potten stijlen vrijelijk en non- conformistisch met elkaar vermengd. Die rebelse, ironische trekken dateren uit de jaren tachtig, toen Amsterdam- meer dan vandaag- leek op een fantastisch palet van subculturen; punk, gays, snobs, feministen en krakers. Jan Wolleswinkel, Frans Piek en Erik Pol werden geabsorbeerd in het straatbeeld en uitgaansleven van die tijd. Zo komt het dat de omkering, een manier van denken uit de tegencultuur, herkenbaar is in producten van Bas van Beek, Studio Roex en Hans van Bentem.

[Engels] De tolerantie die het succes en het aanzien van onze hoofdstad in de Gouden Eeuw bepaalde, wordt vaak aangehaald om de identiteit van heel Nederland te typeren. Omdat het merk in de basis ook in- en door Amsterdam gevormd werd, maakt Pols Potten graag gebruik van dat rebelse imago. De veelvormigheid die in de stad zichtbaar is; de hoofse grachtengordel naast de veredelde kitsch van de Jordaan, past bij de stijl van het merk. Vanaf het begin heeft Pols Potten stijlen vrijelijk en non- conformistisch met elkaar vermengd. Die rebelse, ironische trekken dateren uit de jaren tachtig, toen Amsterdam- meer dan vandaag- leek op een fantastisch palet van subculturen; punk, gays, snobs, feministen en krakers. Jan Wolleswinkel, Frans Piek en Erik Pol werden geabsorbeerd in het straatbeeld en uitgaansleven van die tijd. Zo komt het dat de omkering, een manier van denken uit de tegencultuur, herkenbaar is in producten van Bas van Beek, Studio Roex en Hans van Bentem.











Toen de markt voor Spaans aardewerk begon op te drogen, groeide als vanzelf een belangstelling voor Azië. Behalve een voorliefde voor ambachtelijke potten waren zowel Trapman en Pols Potten erg geïnteresseerd in het opzetten van nieuwe productlijnen en het openen van nieuwe manieren van produceren. De eerste samenwerking begon toen Erik Pol aan Norman Trapman voorstelde om de glazen vaas 'Norman' in India te produceren. Op basis van dat succes groeide de band over en weer. Nadat Trapman een aantal Chinese werkplaatsen verkend had, gaf hij die contacten weer door aan Jan Wolleswinkel en Erik Pol, die de handelsbeurzen van Sjanghai en Guangzhou bezochten. 'Pols Potten was waarschijnlijk de allereerste die Chinese bruidskasten met containers tegelijk naar Nederland importeerde. Erik Pol durfde dat gewoon. In de werkplaatsen gebruikte Jan zijn ontwerpers-intuïtie en haalde ambachtslieden over om traditionele kommetjes om te vormen naar bekers die geschikt waren voor de Europese markt. Soms liet ie uit een dessin net iets weg, waardoor er een fris nieuw ding ontstond. Hij was daar heel snel in; razend knap ook.'

[Engels] Toen de markt voor Spaans aardewerk begon op te drogen, groeide als vanzelf een belangstelling voor Azië. Behalve een voorliefde voor ambachtelijke potten waren zowel Trapman en Pols Potten erg geïnteresseerd in het opzetten van nieuwe productlijnen en het openen van nieuwe manieren van produceren. De eerste samenwerking begon toen Erik Pol aan Norman Trapman voorstelde om de glazen vaas 'Norman' in India te produceren. Op basis van dat succes groeide de band over en weer. Nadat Trapman een aantal Chinese werkplaatsen verkend had, gaf hij die contacten weer door aan Jan Wolleswinkel en Erik Pol, die de handelsbeurzen van Sjanghai en Guangzhou bezochten. 'Pols Potten was waarschijnlijk de allereerste die Chinese bruidskasten met containers tegelijk naar Nederland importeerde. Erik Pol durfde dat gewoon. In de werkplaatsen gebruikte Jan zijn ontwerpers-intuïtie en haalde ambachtslieden over om traditionele kommetjes om te vormen naar bekers die geschikt waren voor de Europese markt.

Fu Jin Lian glazuurt de vazen die gedraaid worden door haar zoon Le Jie Ping. Die leerde het vak van zijn vader. De familie maakt al jaren het mooiste keramiek van Jingdezhen.



