

Besparen en verdienen met de huisstijl



Diverse producten bij 'Van Goghs brieven', ontworpen door Wim Crowwel, Studio Ditte en Identity Design



Diverse producten bij 'Van Gogh en de kleuren van de nacht', ontworpen door Irma Boom (behang en notitieboekje), Identity Design en Joseph Plateau (kinderboeken)

Foto's: Prodivision

Floor van Essen
is eindredacteur
van Vormberichten

Bezuinigen en verzakelijken, dat is wat het huidige kabinet van de culturele sector verwacht. Musea en andere culturele instellingen moeten hierdoor meer eigen inkomsten verwerven, meer bezoekers trekken en vaker samenwerken met marktpartijen. Een passende visuele identiteit is daarom volgens manager visuele stijl Jacob de Baan des te belangrijker.

Jacob de Baan, naast manager visuele stijl tevens industrieel ontwerper, stelt dat culturele instellingen groot belang hebben bij een passende visuele identiteit en dito productassortiment. 'Deze geven uiting aan de kernwaarden van de organisatie en ondersteunen het behalen van de doelstellingen. Bij musea ontbreekt het echter veelal aan regie over de visuele stijl: ontwerpers krijgen veel ruimte met als resultaat dat dingen niet bij elkaar passen. Onderzoek dat ik hiernaar heb gedaan bij diverse culturele instellingen onderstreept deze stelling onder meer. Beleid, organisatie, middelen, visuele identiteit, dát is de juiste volgorde. De visuele identiteit moet ondersteunend zijn, niet leidend zoals dat in de praktijk geregeld het geval is; de middelen rijzen dan vaak de pan uit.'

Van Gogh Museum

Van 2007-2010 was Jacob de Baan als freelance projectleider huisstijl & huisstijlmanagement en als huisstijlmanager werkzaam voor het Van Gogh Museum. Van 2005-2009 was hij eveneens actief als freelance art director voor Van Gogh Museum Enterprises. Door zijn werkzaamheden heeft De Baan een bijdrage kunnen leveren aan een eenduidige en heldere visuele stijl voor het Van Gogh Museum. 'Gedurende het gehele traject vond ik Van Goghs uitspraak uit 1885 sprekend: "Er moet vernieuwd worden – en de oude systemen werken niet precies goed meer. De prijzen, het publiek, alles heeft vernieuwing nodig." Het was een geweldige ervaring om met de conservatoren lijsten op te stellen van de belangrijkste schilderijen van Vincent van Gogh. Uit deze selectie is een kleurenpalet met voor het werk van Van Gogh kenmerkende kleuren samengesteld en zijn de belangrijkste verfstreken gedestilleerd. Naast de schilderijen van Van Gogh heeft het Van Gogh Museum ook een zeer groot deel van de brieven en schetsen van de kunstenaar in de vaste collectie. Ook daaruit zijn kleuren voor het palet afgeleid. Uiteindelijk konden het kleurenpalet en de verfstreken in richtlijnendocumenten worden vastgelegd evenals het logo, de fonts en de opmaakvoor-

schriften. Hierdoor was het veel makkelijker om ontwerpers met allerlei specialisaties tegelijkertijd opdrachten te verlenen. Gebruikmakend van deze richtlijnen zijn bijvoorbeeld honderden nieuwe producten voor de museumshop ontwikkeld waarbij tientallen ontwerpers en bedrijven betrokken waren. Ook voor de tijdelijke tentoonstellingen zijn in samenwerking met alle betrokkenen specifieke richtlijnendocumenten opgesteld. Aansprekende grote tentoonstellingen zoals "Van Gogh en de kleuren van de nacht" en "Van Goghs brieven" waren daardoor in de uitingen eenduidig: tentoonstelling, catalogus, digitale media en producten in de museumshop vormden een geheel.'

Kostenbesparing

'Culturele instellingen werken vaak met veel – té veel – ontwerpers. Doordat er daarnaast ook vaak geen huisstijlmanager, of soortgelijke coördinator van ontwerptrajecten is, zie je dat de continuïteit uit de uitingen verdwijnt, het beeld naar buiten toe diffuus wordt en ontwerptrajecten meer tijd in beslag nemen dan nodig is. Met aanpassingen in het vastleggen van de huisstijl en een betere implementatie ervan kunnen de ontwerpkosten worden gedrukt, kan de duidelijkheid naar het publiek toenemen en de omzet uit bijvoorbeeld de

museumwinkel stijgen. Er kan bovendien binnen de organisatie naar tevredenheid mee worden gewerkt; iedereen ziet resultaat en merkt dat de ontwerptrajecten transparanter zijn en soepeler verlopen.'

Sectorbreed

Voor een lezing die Jacob de Baan medio juni hield bij BNO Spellbound maakte hij een inventarisatie van verschillende logo's van culturele instellingen. Hij zette deze af tegen logo's uit het omroepbestel, diverse digitale media, de eredivisie en een aantal willekeurige marktpartijen waartussen culturele instellingen zich een plek zouden moeten zien te verwerven. 'De logo's van culturele instellingen verkeren in deplorabele staat zo blijkt. Ze zijn niet helder en bevatten te veel tekst. Vrijwel elk museum voert bijvoorbeeld ook deze kwalificatie in zijn logo. De logo's die op televisie worden gebruikt en die van diverse marktpartijen zijn simpel en grofweg in te delen op kleur. Voor de logo's uit de eredivisie geldt hetzelfde, zij het dat ze iets rijker zijn. Die van digitale media zijn veelal juist nog eenvoudiger. Het rommeltje dat de culturele sector laat zien getuigt van een armoedige aanpak. Dat het ook anders kan bewijzen Nederlandse musea als Foam, NEMO en – recent – MOTI en internationaal het MoMA, Tate, Metropolitan, Guggenheim en Louvre. Daar zou een voorbeeld aan moeten worden genomen.'

Een passende visuele identiteit is volgens Jacob de Baan voor culturele instellingen van cruciaal belang indien ze een groot publiek aan zich willen binden en aan willen kunnen sluiten bij marktpartijen. Om dit te realiseren is het van belang dat de instellingen keuzes maken, hun kernwaarden definiëren en vanuit eigen kracht in de context van de sector denken. Naast de commerciële kansen die een passende visuele identiteit biedt, kan er bovendien intern veel worden gewonnen als deze goed wordt doorgevoerd. Door het beperken van het aantal externe toeleveranciers en creatieven en het maken van duidelijke afspraken op financieel, juridisch en inhoudelijk gebied wordt veel geld bespaard. Het heldere beeld dat hierdoor wordt gecreëerd, versterkt weer de beleving van de gebruikers. Hierdoor stijgt de omzet. Visuele stijl gebaseerd op een weloverwogen visie is ook aantrekkelijk voor sponsors. Zij kunnen de eigen merkwaarden en visuele identiteit beter koppelen aan een sterk en eenduidig merk. 'Niet alleen voor grote partijen als het Van Gogh Museum is een passende visuele identiteit overigens van belang', aldus De Baan, 'dit geldt voor alle instellingen'. Momenteel is hij bijvoorbeeld werkzaam als freelance adviseur visuele stijl voor Kasteel Groeneveld in Baarn, waar een verbouwing wordt aangegrepen om de Museumshop te versterken en een eenduidige en heldere visuele identiteit te ontwikkelen.

Floor van Essen

www.jacobdebaan.com

Column

Petr van Blokland



Kleurenblind

Deze column bestaat uit tekst in een contrastarme letter, zwart op gekleurd papier. Daar heb ik als auteur geen invloed op. Lastig met een verhaaltje over leesbaarheid, maar het illustreert ook het belang van het onderwerp en het relativeert. Er klagen kennelijk niet genoeg mensen, anders was het al wel veranderd. (Een andere verklaring kan natuurlijk zijn dat deze stukjes helemaal niet gelezen worden.)

Niet iedereen leest even makkelijk. Sommige mensen hebben er last van dat hun hersenen letters omdraaien, spiegelen en verwisselen. Dat wijkt af van de 'norm'. Net zoals bij kleurenblindheid, het slecht kunnen onthouden van namen, linkshandigheid, Asperger, ADHD, slecht horen, stijve vingers en onscherp zien. Voor een aantal van deze kwalen heeft de wetenschap inmiddels hulpmiddelen bedacht, voor sommige is dat moeilijker. Het lettertype 'Dyslexie' is daarvan een voorbeeld. Ontwerper Christian Boer maakte voor zichzelf een nieuw lettertype, naar eigen zeggen beter leesbaar dan 'normale lettertypen'. In 2010 deed masterstudent Renske de Leeuw onderzoek om dat aan te tonen.¹ Het probleem is nu dat het ontwerp er zeer amateuristisch uitziet en tegelijk veel lovende reacties krijgt. Het zou te makkelijk zijn om het ontwerp af te branden als iets waar je op de Haagse academie niet eens mee aangenomen zou worden. Het is ook niet relevant dat 'Pijn' misschien niet de beste naam is voor een medicijn tegen pijn. Dat zou kinnesinne zijn. Als dyslectici dit graag willen lezen, dan doen ze dat. Tegelijk is het wel interessant om een paar vragen te stellen bij het onderzoek. Gebruikers vinden het 'beter leesbaar'. Beter dan wat? Het onderzoek vergelijkt Dyslexie uitsluitend met Arial. 22 dyslectici en 22 'normalen' moeten zeggen welk van de twee lettertypen het beste leest. Het resultaat wordt uitgebreid statistisch geanalyseerd. Tot slot moet een questionnaire met vragen als 'Ervaart u het

[speciale dyslexie] lettertype als rustig? Ja/Nee' aangeven of mensen het echt zouden gaan gebruiken. De gevolgd methode refereert naar een groot aantal vergelijkbare onderzoeken uit het verleden. Het grote probleem van bestaande leesbaarheidsonderzoeken is dat men vaak niet eens de moeite neemt om het gebruikte lettertype te vermelden, laat staan de typografische condities van een test. Ook in De Leeuws onderzoek worden gebruikte parameters niet beargumenteerd of fout gemeten. Lettergrootte wordt door elkaar in punten en in x-hoogte gespecificeerd. Wat is het regeltransport? Spatiëring? Resolutie? Waarom wordt een beeldschermletter gebruikt als print? Waarom is de testtekst uitgevuld? Wat wordt eigenlijk vergeleken? Het verwisselen en omkeren van letters wordt als een belangrijk probleem gezien, maar waarom wordt dan de ouderwetse contrastarme Arial gebruikt? Daar zijn de d en p inderdaad gelijk, door het ontbreken van dik dun. Het woord 'contrast' komt in het hele rapport niet eens voor. Verder dan de klassieke verdeling tussen schreef en schreef-loos komt het rapport niet. Terwijl de aanwezigheid van schreef het directe gevolg is van de contrastkeuze van een ontwerp, niet andersom. Waarom niet ook testen met Arial en Gill of Arial en Georgia? Als het onderzoek al iets aantoonde, dan is het dat Arial slechter leest dan Dyslexie, maar dat is een inkopper waarmee je natuurlijk niet de internationale pers haalt. Wie wil weten hoe het echt zit moet het essay 'Typografie voor kinderen' (p53) van Gerrit Noordzij nog maar eens lezen.² Precies dit was het onderwerp van zijn betoog bij het in ontvangst nemen van de Laurens Janszoon Costerprijs op 25 november 2011.

Petr van Blokland

¹ 'Special Font For Dyslexia?', Renske de Leeuw TU Twente, 2010.

² 'De staart van de kat', Gerrit Noordzij, 1988.