



Vlnr Affiche voor Puch (1969), oer-lifestyleblad Avenue (1969), catalogus NKF door Piet Zwart (1926), alfabet van Wim Crowel (1968), poster door Wild Plakken (1980)

Grafisch in de breedte

Wulpse affiches, bankbiljetten, postzegels, droge typografie, zakelijke huisstijllogo's en hippe multimedia. In het nieuwe Graphic Design Museum Breda komt de Nederlandse grafische vormgeving aan bod » Chris Reinewald

Alk geloof alleen in het alfabet', zei Wim Crowel, de nestor onder de Nederlandse ontwerpers, ooit in een vraagesprek met Frank Tiesing in dagblad Trouw. Het citaat bleef Tiesing bij. Ook toen Crowel daarna bij Museum Boijmans Van Beuningen directeur werd en hijzelf bij het bescheiden Bredase Museum De Beyerd. Tiesing organiseerde exposities over Total Design, Crowels ontwerpbureau, maar ook met affiches of boekomslagen. Zo zinspeelde hij op een volledig aan grafisch ontwerp gewijd museum. Dik twintig jaar later hoort de Nederlandse grafische vormgeving tot de wereldtop. En is dat Graphic Design Museum ook geopend.

Wat het Nederlands grafisch ontwerp in buitenlandse ogen uniek maakt, is de schijnbaar anarchistische breedte. Dat je het ene moment antikernwapenoorlog-affiches maakt en later van de (toen nog) staatsposterijen een ontwerpopdracht voor een postzegel krijgt, vinden bijvoorbeeld Amerikanen ongehoord. Keerzijde van die vrijheid is wel dat zuinig betaalde culturele opdrachten vaak in hoger aanzien staan dan werken voor het bedrijfsle-

ven. Maar ook daar drong de vaak conceptuele Nederlandse aanpak door, in de campagne voor telecomprovider Ben door bureau Kessels Kramer (1999) bijvoorbeeld.

Probeer met die hedendaagse geschaaktheid en vooroorlogse roergangers maar eens een coherente, publieksvriendelijke presentatie te maken. Dit lukte in Breda prima, op wat details na. Duidelijk merkbaar is wel dat men tussen twee uitersten balanceert. De gebonden discipline wordt niet als beeldende kunst gepresenteerd, maar vanuit een vakmatige hoek die toch drempelverlagend wil zijn.

De tijdelijke openingstentoonstellingen draaien om het democratische aspect dat grafisch ontwerpen nu dankzij de computer heeft. Je kunt bijvoorbeeld thuis de 'stripping' van gepersonaliseerde Nike-sportschoenen ontwerpen. Meer frisse voorbeelden van zulke dialogen tussen ontwerper en consument zijn in de eerste zaal te zien. Leuk, al zal deze vorm van grafisch ontwerpen niet-ingewijden verwarren.

De tweede bovenzaal is met tribune en mupi's (reclameborden) ingeruimd voor kinderspelen met letters en ontwerpweetjes.

Waarom kun je een lettertype goed lezen en een andere letter juist veel minder? Of waarom is zuivelverpakking nooit paars gekleurd? Zittend in speciale capsules kun je met ontwerpprogramma's experimenteren.

Geïnspireerd door het EK voetbal bedacht de tegendraadse reclameontwerper Erik Kessels een kampioenschap voor Europese vormgevers. Een tribune vol kittige beeldlogo's maar ook een morsige pub maken deel uit van het uitbundige gepingel der exposanten.

Voor inhoudelijke verdieping moet je — inderdaad — een etage afdalen. Daar belandt de bezoeker in een museaal-sacrale sfeer. Vanwege de conservering worden de kwetsbare affiches en drukwerk verduisterd getoond. Ze waren tenslotte nooit bedoeld om de eeuwigheid te trotseren. Geprojecteerde films zetten het ontstaan van het vak, rond 1900, in context en maken de presentatie minder statisch.

Tussen 1920 en 1930 hadden veel revolutionaire ontwerpers — Piet Zwart, Paul Schuitema, Hendrik Werkman, Bart van der Leek — nog een kunstachtergrond. Vanaf 1965 zie je hoe gestencilde protest-

krantjes van Provo, Sandbergs scheursels maar ook het oerlifestyleblad Avenue het Nederlands ontwerp-klimaat verbreedden.

Randstad Uitzendbureau vestigde zijn imago door een simpele, bijna tijdloze huisstijl, ontworpen door Ben Bos. Als vernieuwer waagde Wim Crowel zich aan een experimentele punt-matrixletter, de New Alphabet, die ook door computers gelezen kon worden. In 1971 leidde zijn uitstekend leesbare telefoonboek met schreef- en hoofdletterloze typografie tot felle discussies over deze 'nieuwe lelijkheid'.

Grafisch ontwerpers vochten artistieke of maatschappelijke kwesties uit over functionalisme versus esthetiek en antikapitalisme. Eens werden ze het niet. Onderwijl groeide het handjevol ontwerpers dat de lakens uitdeelde uit tot een grote beroepsgroep. ■

100 Years of Dutch Graphic Design

Semipermanent in Graphic Design Museum Beyerd, Breda
Info: 076-5299900 of
www.graphicdesignmuseum.com