

@ Kijk voor het laatste nieuws ook op:  
[www.bndestem.nl](http://www.bndestem.nl)

**GRAPHIC DESIGN MUSEUM**

Onderga een stoomcursus grafische beeldcultuur. En probeer het zelf uit op twee nieuwe exposities in Breda.



Beeldrijm in grafisch ontwerp. Rechts de dertig jaar oude poster van Klaus Staeck die de toen nieuwe streepjescode hekelt (In het middelpunt staat altijd de mens). Links het barcode-ontwerp van Rem Koolhaas voor een Europese vlag.

# De essentie van grafisch ontwerpen: doe het 'ns zelf



Kinderen én volwassenen kunnen zelf aan het grafisch ontwerpen slaan met camera's, kartonnen T-shirts, viltstiften en het eigen lijf. En met een echte deadline.

Hoe sterk is grafisch ontwerp? En hoe maak je dat als amateur-designer zelf? Het Graphic Design Museum toont de essentie.



door  
**Rinze Brandsma**  
[rinze.brandsma@bndestem.nl](mailto:rinze.brandsma@bndestem.nl)

**N**oem het maar een soort stoomcursus grafisch ontwerpen. Wie nog niet goed weet wat *graphic design* voorstelt, en waar het Bredase museum voor Graphic Design voor staat, kan daar nu terecht om snel bij te leren. Want voor een nieuwe tentoonstelling heeft het museum geput uit de eigen collectie. *Connecting the Past and the Future* heet die expositie in de wereldtaal: het verbinden van verleden en toekomst. Juist die koppeling, van sterke grafiek uit de vorige eeuw met recent grafisch ontwerp, laat zien hoe dominant de kunst van het grafisch ontwerpen in onze wereld is. Alles komt uit het depot van het nog jonge museum (open juni 2008). Sterk voorbeeld? Dat is een hoekje op de net geopende expositie. Het zijn twee stampvol wereldberoemde logo's die eigenlijk uit de natuur komen. *Next Nature* heet de rangschikking van beestenfiguurtjes, ook wel 'de nieuwe evolutie' genoemd. Je kunt er wel tijden naar blijven kijken. En je snapt zo als vanzelf hoe sterk en belangrijk grafisch ontwerp kan zijn. En hoe die beestenfiguurtjes losgezongen zijn van de natuur. Want zie je de zwaluw, dan denk je aan lucifers. De leeuw, dan roep je Peugeot. Of ING-bank. Bij het konijnenkopje denk je aan



De hoek met de unieke Darwin chair, omgeven door beroemde logo's 'losgezongen van de natuur'.  
foto's Lopke Fotografie/Graphic Design Museum

rondborstigheid in plaats van aan flaporen. Dat steigerend paard? Dan hoor je een Ferrari ronken. En bij het krokodilletje denk je niet aan gevaar, maar aan Lacoste-kleding. Nou zijn de museumzalen niet alleen een bombardement van oude en nieuwe posters en reclame-uitingen. Er draaien ook lollige video's. Voor een daarvan, het zestien minuten lange *Logorama*, geldt hetzelfde als voor die wanden waar de wereld van het grafisch ontwerp de evolutie dunnetjes overdoet. Die video is een razendknappe animatie, opgebouwd uit 2500 hedendaagse en historische logo's en mascottes die in actie komen. De Lacoste-krokodillen mogen daarin weer gevaarlijk zijn. Ronald McDonald is er het tegendeel van een kindervriend: een terreurzaaiende schurk, die het in

een spannend verhaal opneemt tegen Michelinmannen, het bejaarde Esso-druppelvrouwtje en een le-

ger BIC-pennenmanneretjes. Na drie keer terugzien heb je nog niet alle beeldmerken eruit gevist.



De zaal voor waar je zelf je ontwerp voor digitaal T-shirt of tijdschriftomslag kunt maken. Niet alleen leuk voor kinderen.

Het Bredase museum laat vooral de koppeling zien van grafisch ontwerp uit de vorige eeuw en dat van nu. Zo zie je als je binnenkomt naast krachtige SDAP-affiches uit de jaren dertig van de vorige eeuw, de knalrode tomaten-reclame voor de hedendaagse SP. De socialisten van nu vallen nog steeds terug op de rode slogans van de sociaal-democratische arbeiderspartij (voorloper van de PvdA) van toen. Nog zo'n voorbeeld van beeldrijm (beelden die op elkaar 'rijmen') is de poster uit 1981 van de Duitse ontwerper Klaus Staeck naast de beeldgrappen van de Nederlandse Designpolitie ('Gorilla'). Het politieke engagement van Staeck is nog altijd fris en van grote invloed op de ontwerpers van nu. Zijn satire op de streepjescode sluit aan op het ontwerp dat toparchitect Rem Koolhaas in 2004 maakte voor een Europese vlag. Die is een soort *barcode* met de kleuren van alle vlaggen van de Europese landen naast elkaar. De expositie showt ook de 'duurste jas ter wereld' van Silke Wawro. Meer dan zeven ton zou die moeten kosten, want het kledingstuk is samengesteld uit 7541 originele labels van kleren. Een bewijs dat *design* een belangrijke economische factor is geworden. In de zaal ernaast staat een jaar lang *Design it Yourself*. Daar kunnen schoolklassen, maar ook gezinnen of individuele belangstellenden terecht om zelf te ontwerpen. Het is een reusachtig soort ontwerpstudio, waar combinaties van camera's, beeldschermen en computers helpen om je eigen T-shirt of je eigen tijdschrift-cover te maken. Levensrecht, inclusief *deadline* waar ook echte ontwerpers mee worstelen. Thuis kun je je ontwerp op je eigen pc oproepen.

'Connecting the Past and the Future' (t/m 29 mei) en 'Design it Yourself' (een jaar lang), Graphic Design Museum Breda. Di t/m zo. 10 - 17 uur.  
[www.graphicdesignmuseum.nl](http://www.graphicdesignmuseum.nl)