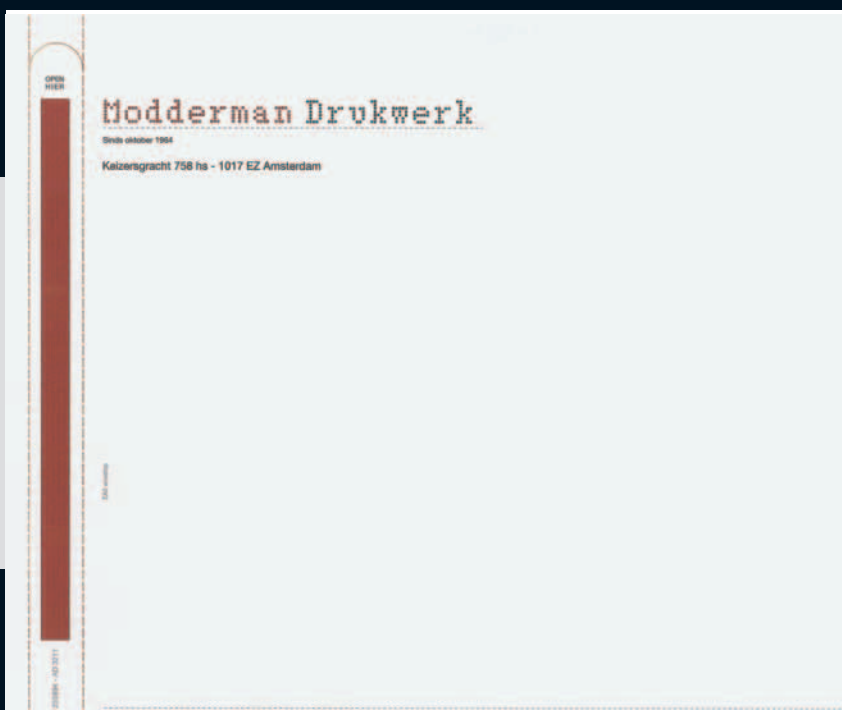


‘Gasten, bedenkt iets moois’

Blokje visitekaartjes gouden idee van Modderman

Compres neemt opvallende huisstijlen van grafische bedrijven onder de loep. Inzenden voor deze serie is helaas niet meer mogelijk. Vindt u dat uw huisstijl ook in Compres had gemoeten? Stuur dan een complete set huisstijl-uitingen naar: Redactie Compres, Postbus 55, 2300 AB, Leiden. Wellicht komen we er op een later tijdstip nog eens op terug.



Het contact met Modderman Drukwerk ontstond ruim twee jaar geleden, door een toevallig gesprek in het café. ‘Het klikte meteen’, vertelt Job Groeneveld van A36. ‘Maarten Modderman is een – in onze ogen – oude rot in het vak.

Alles zelf doen, van administratie tot drukwerkinkoop; niet de trage carrièreroute volgen van jongste bediende tot volwaardige kracht bij een groot bureau. Gewoon samen volop aan de bak. Met dit idee ging A36 drie jaar geleden van start. De naam is afgeleid van het lokaal in het Grafisch Lyceum waar drie van de vier oprichters les kregen. Inmiddels werken bij A36 vijf mensen: twee vormgevers, twee internetbouwers en een marketeer.

Ook is het idee om alles zelf te doen verlaten: voor de inkoop bleek het onhandig om het wiel opnieuw uit te moeten vinden. *Job Groeneveld:* ‘Modderman doet sinds die ontmoeting in het café de inkoop en productiebegeleiding voor al onze drukwerktrajecten en regelmatig komt hij bij ons voor een vormgeefopdracht.’

BEKENDE FUIK

Het lag voor de hand dat A36 de huisstijl van Modderman zou ontwerpen. ‘Gasten, maak iets moois’ luidde de briefing. Vervolgens zwommen de vormgevers de bekende fuik in: ze wilden het voor deze goede relatie beter dan goed doen. ‘We hebben er onwijs lang over gedaan, wel een maand of acht. Zoals bij ons gebruikelijk zijn we allemaal aan het schetsen gegaan. Voor deze klant hebben we alle mogelijke uitersten op papier gezet. De eerste schetsen waren echt extreem; dingen die je aan een reguliere klant echt niet laat zien.’ ‘Onze eigen favoriet bestond uit een gecompliceerde lijn-illustratie, waarin allerlei onderdelen van grafische productiemiddelen verwerkt waren. Uitgevoerd in blauw, het zag er mooi uit. Maar Modderman keurde het af – ik geloof dat z’n vrouw het te veel op een bloemenkraam vond lijken. Achteraf

gezien was een zo koele, technische huisstijl een verkeerde keus: Modderman wil z’n klanten juist alle productiezorgen uit handen nemen.’

HANDIG STROOKJE

Vervolgens viel de ontwikkeling stil. A36 was terug bij af en zowel bij het bureau als bij Modderman werd door de hectiek van alledag de ontwikkeling van de huisstijl steeds doorgeschoven. ‘Tot Modderman voor een bepaalde gelegenheid toch echt visitekaartjes nodig had en we er weer op volle kracht tegenaan zijn gegaan. Toen ging het ineens snel. We wilden de naam als logo gebruiken; een collega kwam met een uitvoering waarbij voor de typografie letters uit een matrixprinter gebruikt waren. Modderman stelde drie fraaie papiersoorten voor, die een mooi contrast gaven met dit nieuwe logo; uiteindelijk is gekozen voor het zeer opvallende Gmund Worldline.

Een gouden idee, afkomstig van de opdrachtgever zelf, was het verlijmen van de visitekaartjes tot blokjes. Bij het afscheuren van een kaartje blijft een strookje achter, waarop Modderman kan noteren aan wie hij het kaartje heeft gegeven en waarom. Het ‘Sinds oktober 1964’ in de huisstijl slaat overigens op de leeftijd van Maarten Modderman zelf. Hij heeft veel ervaring bij allerlei grafische bedrijven, maar zijn eigen bedrijf is pas een jaar of vier oud.

WARM BRUIN

Alles paste nu in elkaar: de sobere kleurstelling, het fraaie papier in combinatie met allerlei zeer fijne typografie op de achterzijde. Brunnerstrip en leveringsvoorwaarden zijn meegedrukt, net als de standaard A-formaten. De envelop is ook een vondst: speciaal aangemaakt van hetzelfde papier en met een laserstansing aan de voorzijde om hem gemakkelijk open te kunnen maken.

Het resultaat mag er wezen. ‘Het was nog even lastig om de warme bruine kleur goed te krijgen. Het papier zuigt nogal, waardoor het in eerste instantie een beetje laf werd. Ik vind dat deze huisstijl het vakmanschap en het unieke van Modderman goed laat zien. Toen dit idee er eenmaal lag, was het een kwestie van *finetunen*; het was meteen goed.’

[HANNEKE JELLES]

h.jelles@uitgeverijcompres.nl

Op de website van Modderman (www.moddermandrukwerk.nl) staat een bijzonder handig hulpmiddel voor klanten: een omrekenmodule waarop te zien is of een pms-tint goed in proceskleuren is om te zetten. Ook deze module is door A36 gemaakt. Meer over A36 geeft vorm: www.a36.nl.

‘We hebben er
onwijs
lang
over
gedaan’

