

case Vormgeving *Forum*

Case: nieuwe vormgeving VNO-NCW-periodiek *Forum*
Opdrachtgever: VNO-NCW
Ontwerp: Link Design

Op de cover van het laatste nummer van 2008 kijkt premier Balkenende ernstig maar vastberaden voor zich uit, hand aan de kin. Tekst: "Crisis brengt ons dicht bij elkaar." Het tweewekelijkse opinieblad *Forum* van werkgeversorganisatie VNO-NCW wordt in een oplage van 28.000 kosteloos toegestuurd aan een groot aantal Nederlandse ondernemingen, organisaties en particulieren.

De opdrachtgever

De net benoemde hoofdredacteur Karin Bojorge is van opleiding sociaal geograaf en werkte de afgelopen vijf jaar al als eindredacteur voor het blad. Bojorge begon haar carrière bij 'de tegenpartij', eerst bij de industriebond, en later bij FNV Bondgenoten. De stap naar werkgeversorganisatie VNO-NCW was voor de buitenwereld verrassender dan voor Bojorge zelf: "Ik ben altijd vooral geïnteresseerd geweest in hoe de dingen in elkaar zitten, los van politieke opvattingen. Als je voor VNO-NCW werkt kom je werkelijk overal binnen. Dat is leuk voor een journalist, want zo kom je veel te weten. Trouwens, dat was mij mijn werk voor de vakbond niet anders."

Forum ontwikkelde zich in de loop der jaren steeds verder van de directe spreekbuis van VNO-NCW tot een opiniërend blad. En de vormgeving, die altijd al buiten de deur werd gedaan, was daar misschien een beetje bij achtergebleven. Het blad heeft echter een korte doorlooptijd en de redactie wilde geen risico's nemen bij het wisselen van vormgever. Dus kwam het er telkens niet van. Daarvoor heeft oprichter en partner van Link Design Karin Janssen alle begrip: "De makers van het blad hebben een grote verantwoordelijkheid. En je wilt bij een ander bureau ook niet zomaar een van de vele blaadjes zijn die worden gemaakt." Vandaar dat de – eerst

nog eventuele – overgang naar een nieuwe vormgever degelijk werd voorbereid. In intensieve strategische sessies met de hoofdredacteur en de eindredacteur werden de kernwaarden gedefinieerd waar een nieuwe vormgeving voor *Forum* op moest worden gestoeld. Daarbij werd gebruik gemaakt van een grote hoeveelheid beelden en vormen waaruit de journalisten telkens een keuze moesten maken.

Als je je als opiniemakers moet vereenzelvigen met een dier, dan kies je natuurlijk niet de koe of de olifant, maar de arend, vanwege zijn scherpe blik. Maar wat kies je bij de meubels? Wordt het de stoel van Mies van der Rohe, of die van Rietveld? Geen van beide. Het werd die van Marcel Breuer: transparant, flexibel, met duidelijke lijnen. Samen met nog veel meer beelden, vormen en kleuren kwam men tot een identiteit van *Forum*. Opiniërend, helder, scherp en eigenwijs, dat bleken de belangrijkste kernwaarden. En daarvan werden een gewenste stijl, toon, typografie, en ritme afgeleid. Ook voor een blad als *Forum* is de fotografie beeldbepalend, dus werd een instructie geschreven voor de fotografie, net als voor de typografie, grafieken en tabellen en illustraties. Enkele vormzaken bleven bij het oude bijvoorbeeld de paginagrote foto die in elk nummer voorkomt, en de kleur rood die algemeen met nieuws en actualiteit wordt geassocieerd. Maar hoe breng je een begrip als eigenwijs in de vormgeving van een blad tot uiting? Dat blijkt in details te zitten als een eigenzinnig uitgespaard hoekje in het beeldmerk. Of er voldoende ritme in een nummer zit wordt aan de hand van de 'plank' bekeken, waarmee je dat in een oogopslag kunt vaststellen. Toen er een volledig nummer in het nieuwe format werd gepresenteerd kon de redactie van *Forum* de stap met een gerust hart zetten.

De ontwerpers

Ook voor Link Design is dit tweewekelijks blad van gemiddeld 52 pagina's een nieuw

Hoe breng je een
begrip als eigenwijs
in de vormgeving van
een blad tot uiting?



soort project, want het bureau heeft vooral veel ervaring met corporate identities, brochures, evenementen en communicatieprojecten. En natuurlijk met het ontwerpen en realiseren van websites. Karin Janssen studeerde Visuele Communicatie aan de Kunstacademie St. Joost te Breda, was in de jaren negentig verbonden aan de Design Academy in Eindhoven als docent grafische vormgeving en typografie en gaf les aan het Grafisch Lyceum te Amsterdam. Mede-eigenaar Marc de Roo komt zelf van de Design Academy. Hij is onder andere verantwoordelijk voor de multimedia projecten. Link Design is gehuisvest in het Kraanspoor van Trude Hooykaas in Amsterdam Noord en heeft klanten als ING, de Gemeente Amsterdam, European Space Agency, Coster Diamonds en Nicolette Brunklaus, maar doet ook veel werk voor goede doelen als War Child, Malaria No More! en Child Help International, een wereldwijd netwerk van kindertelefoonhulpdiensten. Daarnaast steunen zij het Amsterdam Symphony Orchestra door gedurende drie jaar alle communicatiemiddelen vorm te geven. Hun bekendste product? Janssen: "Dat moet haast wel de Heineken-hoed zijn uit 1997. Die kent echt iedereen." Met alle klanten bestaat natuurlijk intensief contact. Maar twee keer per maand een beeldvergadering ter voorbereiding van het volgende nummer van *Forum*, dat wordt een nieuwe ervaring. Dus ook Link Design gaat in een ander ritme werken. En Bojorge begint haar hoofdredacteurschap met een nieuwe vorm voor haar blad. Het eerste nummer 'nieuwe stijl' kwam uit op 15 januari 2009.

www.linkdesign.nl