

# De onzichtbare man

Gert Staal

Advertorial



Omslag boekjes

Paul Mijksenaar mag dan een schat aan ontwerpervaring met zich meedragen, nog altijd heeft hij het idee dat hij eigenlijk net pas vat op zijn vak begint te krijgen. Sinds zijn studietijd is dat besef gebeven. Bij ontwerp bureau Total Design, gedurende het hooglerschap dat hij vanaf 1992 bekleedde aan de TU Delft,

in de honderden lezingen die hij gaf en teksten die hij schreef, of in de talloze bewegwijzeringprojecten waarmee hij definitief zijn reputatie vestigde; telkens leek het alsof de dingen gisteren voor het eerst een beetje op hun plaats begonnen te vallen. Wijsheid komt bij hem niet met de jaren, maar met iedere dag waarop hij zich weer over de wereld kan verwonderen. Hij behoudt het vermogen om naïef te kijken. Juist de bekende weg telkens opnieuw te bevragen. En intussen zijn specialisme, de visuele overdracht van informatie, steeds verder uit te diepen.

Verwondering is een bruikbaar instrument in de gereedschapskist van elke ontwerper. Maar in die van Paul Mijksenaar is het de essentie. Mijksenaar is de man – of eigenlijk het collectief van mensen in het bedrijf dat zijn naam draagt – die Schiphol en vele andere luchthavens ter wereld dagelijks navigeerbaar maakt voor miljoenen gehaaste, afgeleide, vermoeide of vrijwel analfabete reizigers. Mensen met één gemeenschappelijk kenmerk: ze weten er heg noch steg. Hij wijst bij hoge nood de dichtstbijzijnde WC van het treinstation. De afdeling Chirurgie in het ziekenhuis. Het aquarium in Artis. Mijksenaar praat soms haast laconiek over zijn werk ('Ons specialisme is een niche waar weinig mensen echt belangstelling voor

hebben'). Tegelijk verraaft iedere zin die hij uitsprekt de gedreven zoektocht naar een optimale verhouding tussen de verlangens van de gebruiker en de vormgeving van informatie. Mijksenaar: 'Mijn belangstelling ligt steeds meer bij de "flow", bij de logistieke processen van het gebruik van een ruimte. Dat begint al bij de vraag hoe mensen zich vooraf op hun reis naar bijvoorbeeld een luchthaven oriënteren. Welke verwachtingen hebben zij? En hoe gedragen zij zich wanneer zij er eenmaal zijn? Parkeren, bagagekarretjes; die stromen wil ik begrijpen. Wat blijken mensen te zien, en wat niet? Hoe komt dat? Dat is de laatste jaren mijn grootste bijdrage aan het uiteindelijke ontwerp. Het wezenlijke proberen te begrijpen. En natuurlijk de tragiek van bewegwijzering overdragen: namelijk dat mensen altijd eerst de informatie voorbij lopen die ze later nodig blijken te hebben.'

In zekere zin is dat 'niet-zien' zijn ideaal: gebouwen zouden zo ontworpen moeten zijn dat bewegwijzering overbodig is. Als dat de liquidatie van zijn eigen grafisch specialisme betekent, dan is dat maar zo. Hij zou weer columns kunnen gaan schrijven. Postzegels ontwerpen, zoals onlangs met zijn zoon. Voor de zegels over 100 jaar gemotoriseerde luchtvaart werden de ISO-proeven gemaakt

bij Spinhex & Industrie Drukkerij. En hij zou weer boeken kunnen ontwerpen natuurlijk. Recent mocht Mijksenaar een boekje samenstellen over de bewegwijzering voor Schiphol. Het Graphic Design Museum in Breda vroeg hem om de 'signage' van Schiphol toe te passen in een aantal producten voor de museumwinkel, en om daarnaast de achtergronden van het Schiphol-ontwerp in een speciaal boekje toe te lichten. 'Opeens hadden we een alibi voor een boek dat ik al langer wilde maken. Heerlijk. Een boek is tastbaar, het is helemaal van jouw. Je kunt de waarneming van de lezer organiseren. Zoals een goede reisgids voor mij nooit wordt overtroffen door online informatie. "Een boek is theater", zei Loek van der Sande vroeger. Met een ouverture en dan alle stappen die uiteindelijk tot de climax leiden. Het is geweldig om dat spel te kunnen spelen.' Bij het bepalen van de vorm was de drukker nauw betrokken. 'Het boekje is gedrukt bij Spinhex & Industrie. Met mensen die ik goed ken. Natuurlijk kun je ook naar een drukker in Azië gaan, maar ik heb hier weer gemerkt hoe belangrijk direct contact is. Het hele proces was een plezier. Met elkaar zaten we over een dummy gebogen. Voelen... Op je hand wegen... Verschillende bindwijzen overwogen. Voor mij was alle papier altijd wit. Veel meer had ik er niet over te melden. Met vakmensen kom je erachter welke mogelijkheden een papierkeuze biedt. Hoe je alternatieve oplossingen kunt vinden. Omdat de drukker al die kwaliteiten in huis heeft,

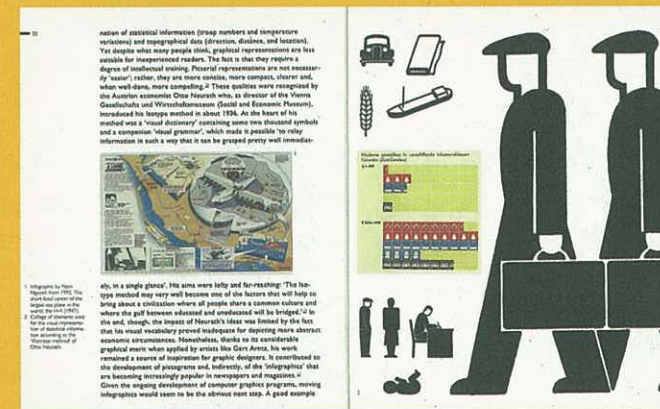
heb ik me alleen maar op mijn vak hoeven concentreren: informatie overdragen.' Recent is Mijksenaar een internationale joint venture aangegaan met Arup. Juist bij de verdere internationalisering speelt een boek als dat over Schiphol een grote rol. Voor het bedrijf Mijksenaar Arup Wayfinding ligt het belang ervan vooral in de branding. In 2011 bestaat Mijksenaar (voorheen Bureau Mijksenaar) 25 jaar. Tijd voor een boek, denkt hij. Hij is al bezig zijn belangrijkste lezingen, artikelen en columns te verzamelen. En onlangs zag ook 'Mijks Manifest' het daglicht. Eindelijk heeft Paul Mijksenaar zijn visie in tien 'leerstellingen' kunnen samenvatten. Een bondig pleidooi voor helderheid, leesbaarheid, schoonheid en tijdloosheid in design, en alles ten behoeve van de eindgebruiker. Want die staat onveranderd in het centrum van zijn vormgevingslaboratorium. Pictogrammen, kleurgebruik, typografie: natuurlijk zijn er wetten en regels in zijn vak. Het is opvallend, zegt hij, hoeveel boeken er verschijnen over visuele informatie die zelfs de kern van het vak niet raken. Zijn eigen *do's* en *don'ts* staan al op schrift. Nog anderhalf jaar en dan zullen ze bij Spinhex & Industrie op de drukpers liggen.

'Wayfinding at Schiphol. On the how and why of signage at Amsterdam Airport Schiphol' is te koop via [www.mijksenaar.com](http://www.mijksenaar.com) en bij het Graphic Design Museum in Breda.



Boven: Bewegwijzering Schiphol  
Onder: Bewegwijzering Abu Dhabi luchthaven

Boven: Spread uit 'Visual Function'  
Onder: Spread uit 'Wegwijs op Schiphol'



Kaarten merchandise