

Kunt u mij de weg op Schiphol vertellen, meneer?



Hoe komt het dat je op Schiphol, in tegenstelling tot veel andere luchthavens, zo makkelijk je weg vindt? We vragen het aan information designer Paul Mijksenaar, de geestelijk vader van de internationaal zo bewonderde *wayfinding* op Schiphol.

DOOR WILLEM VAN LEEUWEN - FOTOGRAFIE MARIEKE VAN DER VELDEN

“Een goede wegwijzer geeft je precies die informatie die je nodig hebt en meer niet”, zegt Paul Mijksenaar, terwijl we naar het midden van het immense Schiphol Plaza lopen. Op dit knooppunt van mobiliteit komen jaarlijks miljoenen mensen samen. Met bus, trein, taxi of auto zijn ze naar Schiphol gereisd om vervolgens hier te worden afgezet en hun weg naar hun vliegtuigstoel te vinden. Toen in 1990 een begin werd gemaakt met een grootschalige uitbreiding van Schiphol, werd industrieel ontwerper Paul Mijksenaar gevraagd een nieuw route- en bordensysteem voor de luchthaven te ontwerpen. Onder het motto ‘Behoud het goede en verbeter de zwakke punten’ liet Mijksenaar veel van de bestaande bewegwijzering, ontworpen door

Benno Wissing, intact. Hij voegde wel iets geheel nieuws toe aan de bestaande bewegwijzering: consistentie en eenvoud. Schiphol en Mijksenaar zijn er beroemd mee geworden. Verschillende luchthavens, zoals die van New York, Washington Dulles, Abu Dhabi en Aruba Airport zijn inmiddels bewegwijzerd volgens het ‘Schiphol-Mijksenaar-concept’. Maandelijks krijgen ze verzoeken om het geheim van perfecte wayfinding te delen met andere luchthavens en instellingen over de gehele wereld.

Borden zijn je gids

Schiphol Plaza is voor efficiënte wayfinding een heel complexe omgeving, zegt Paul Mijksenaar: “Hier tref je namelijk zowel komende als gaande reizigers. Achter ons de glazen deuren naar buiten, verderop de

slurven met de roltrappen die je naar de parkeerdekken brengen, hier de trappen die van en naar het ondergrondse treinstation leiden en dan verderop de toegang tot de vertrekhallen. Een heldere bebording is hier essentieel, je kunt als reiziger niet op je gevoel afgaan, want dan kom je nergens. Borden zijn je gids.”

Wat opvalt aan de bebording is ten eerste de kleur. We lopen naar een groot geel bord met Departures erop. Mijksenaar legt uit: “Geel is dé kleur van de borden op Schiphol en dat is eigenlijk altijd al zo geweest. Borden moeten goed leesbaar zijn en dat is het geval als het contrast tussen de letter en zijn achtergrond goed is. Op Schiphol is het contrast ongeveer tachtig procent omdat we vanuit de ergonomie weten dat dat zorgt voor optimale leesbaarheid.”





Het lettertype, de spatiëring, de kleuren... over alles is nagedacht.



Bewegwijzering anno 1931.



Paul Mijksenaar ontwerpt al twintig jaar de bebording.

Dan is er de belettering. Mijksenaar: “De letter voor de borden op Schiphol is de Frutiger, een rustige, makkelijk leesbare letter, zonder tierelantijnen. Als je bijvoorbeeld naar alle winkelreclames hier om ons heen kijkt, begrijp je meteen waarom dit zo belangrijk is.” En inderdaad, tussen alle helverlichte reclameboodschappen en winkellogo's, in uiteenlopende grootte en vorm die Schiphol Plaza bepalen, vallen de heldere, duidelijke wegwijzers steeds op. “De leesbaarheid van de borden wordt vergroot door de spatiëring, de ruimte tussen de letters”, vervolgt Paul Mijksenaar zijn college. “Leken zullen misschien denken: wat doet dat er nu toe? Maar er komen jaarlijks *information designers* uit Japan naar Schiphol toe, alleen om te kijken naar de vormgeving van de borden.”

De auto staat op vuurtoren

De filosofie van Schiphol en Mijksenaar: mensen stap voor stap op hun plaats van bestemming te brengen en dat heel consequent volhouden. Paul Mijksenaar: “Wat je elders vaak ziet op luchthavens, maar ook in ziekenhuizen trouwens, is dat bezoekers worden overvoerd met informatie, waardoor ze onzeker worden. Hier worden ze

“Jaarlijks komen er **information designers** uit Japan naar Schiphol toe, alleen om te kijken naar de vormgeving van de borden”

stapsgewijs naar hun bestemming geleid.” De aanwijzingen op de borden – hoe groter ze zijn, hoe meer prioriteit ze hebben – worden ondersteund door pictogrammen die handig zijn voor mensen die geen Nederlands of Engels spreken. Maar ze zijn ook belangrijk omdat één beeld vaak meer zegt dan een paar woorden. Veel van die symbolen, een trap, een pijl, de symbolen voor man en vrouw, et cetera, zijn internationale, gestandaardiseerde pictogrammen, maar Paul Mijksenaar ontwierp er voor Schiphol zelf ook een groot aantal. “Waar staat jullie auto geparkeerd?”, vraagt hij. Op Vuurtoren 26. Weer zo'n handige vinding. “Veel mensen onthouden een beeld beter dan een nummer, daarom hebben we cartoonist Opland gevraagd visuele geheugensteuntjes te tekenen.”

Schiphol heeft geen 'uitgang'

Dat bezoekers tevreden zijn over de bebording op Schiphol, bewijzen de onderzoeken

die jaar in jaar uit worden gehouden. De eisen die de luchthaven aan wayfinding stelt, zijn zeer hoog: 92 procent van de ondervraagden moet bijvoorbeeld de vindbaarheid van de gates beoordelen als 'uitstekend' of 'goed'. Is dat niet het geval, dan wordt er nader onderzoek gedaan. “In de loop van de tijd verandert de perceptie van mensen”, zegt Mijksenaar die inmiddels al twintig jaar de bewegwijzering bijhoudt en aanpast. “De toegenomen drukte bijvoorbeeld is van invloed op de waarneming. Daarnaast verschuift het verwachtingspatroon van mensen. Een woord als 'uitgang' tref je vandaag niet meer op de luchthaven, dat is een woord dat je pas buiten tegenkomt als je van het terrein afrijdt.”

Domme mensen bestaan niet

We gaan een verdieping hoger naar vertrekhal 2. “Domme mensen bestaan niet”, zegt Mijksenaar, de vraag beantwoordend of >>





De universele taal van wayfinding werkt zelfs in Abu Dhabi (boven). Het is in een oogopslag duidelijk: hoe groter, hoe meer prioriteit (links).

er ook reizigers zijn die ondanks de heldere aanwijzingen nog verkeerd lopen. “Je hebt altijd mensen die vasthouden aan hun eigen logica. Die kunnen ook perfect uitleggen waarom ze anders lopen dan wij bedoelen. Niets tegen in te brengen. En dan heb je nog de mensen die hier zo vaak komen dat ze de borden niet meer nodig hebben... tot er iets op de luchthaven verandert, een toegang die wordt verplaatst, dan zijn ze even beteuterd.” In vertrekhal 2, waar KLM prominent aanwezig is, lopen we langs de incheck-

“Veel mensen onthouden een beeld beter dan een nummer, vandaar de **visuele geheugensteuntjes**”

balies en bekijken de borden met daarop de verwijzingen naar de verschillende terminals. Pas voorbij de paspoortcontrole komen de borden met daarop de gatenummers. De eenvoud en helderheid vallen weer op. *Less is more*, is ook hier het adagium. Mijksenaar: “Wat Schiphol ook uniek maakt, is dat de huisstijl en de uitstraling van de verschillende airlines niet te zeer overheersen. Dat houdt het voor de reiziger overzichtelijk.” Hij wijst glimlachend naar de blauwe selfservice incheckautomaten in de vertrekhal: “Maar KLM heeft uiteraard een streepje voor op Schiphol.”

Er blijft werk aan de winkel Voorbij de strenge paspoortcontrole komen we in een van de gezellige lounges, met winkels, bars en restaurants en lopen naar een reusachtig, geel bord met de gatenummers. “Kijk”, zegt Mijksenaar, wijzend naar kleine cijfers die in de letters staan, “sinds kort kun je hier meteen

aflezen hoe lang het lopen is naar de gate waar je gaat instappen. Er wordt zelfs rekening gehouden met wachttijden bij aansluitende paspoort- en securitychecks.” Tot slot lopen we naar een gate met een proefopstelling voor het instappen die Schiphol samen met KLM heeft opgezet. Mijksenaar: “We hebben nu aparte sluisjes en bebording gemaakt voor Economy- en Business Class-passagiers. Blijkt prima te werken, de mensen snappen direct wat de bedoeling is.” Information designer Paul Mijksenaar is vergroeid met Schiphol. Hij voorziet nog grote veranderingen op termijn: “De toekomst van de borden is de transformatie naar beeldschermen. Dat zal zorgen voor een veel grotere flexibiliteit in de informatievoorziening aan passagiers, door de luchthaven en door de airlines. Maar ook die borden zullen helder en begrijpelijk moeten zijn. Er blijft werk aan de winkel.” <<

Feiten over Schiphol

- > Op Schiphol zijn ruim honderd gates verdeeld over acht pieren: B, C, D, E, F, G, H en M. 'A' wordt niet gebruikt om spraakverwarring voor Engelstaligen met Gate 'E' te voorkomen.
- > Op de luchthaven zijn zo'n 2.500 verlichte borden te vinden.
- > Daarnaast zijn er ongeveer vijfhonderd verwijzingen naar onder meer de parkeervoorzieningen (zo'n 20.000) voor het wegverkeer, langs de wegen rondom Schiphol.



© ILLUSTRATIES: OPLAND