

Tekst: Manon Kolsteren

Beeld: Wim te Brake

PAUL EN MEIJER MIJKSENAAR OVER DE NIEUWE BEWEGWIJZERING IN HET MUSEUM

Het was een flinke uitdaging om voor een gebouw als het Groninger Museum een wayfindingsysteem te ontwerpen, vertelt Meijer Mijksenaar. Voor architect Alessandro Mendini was het een kraakhelder gebouw. De ronde mozaïektrap is het centrale punt en daarnaast heeft ieder paviljoen een doorlopende route zonder doodlopende stukken. Maar de bezoeker ervaart dat in de praktijk toch anders. Door de aparte paviljoens is het moeilijk in te schatten waar je je in het gebouw bevindt en hoe je terug moet lopen. De ronde gouden bordjes met sierlijke letters die Swip Stolk, toenmalig grafisch ontwerper van het museum, bij de bouw ontwierp waren prachtig maar onopvallend. Aan de huidige plattegrond die bezoekers meekrijgen bleken de bezoekers niet genoeg te hebben. Daarom werden wayfinding experts Paul Mijksenaar en zoon Meijer Mijksenaar door directeur Andreas Blühm gevraagd een passende oplossing te vinden.

“Normale borden zouden afbreuk doen aan het gebouw,” vindt Meijer. “Er moeten vooral niet liefdeloos een paar bordjes op geplakt zijn,” vult Paul aan. “Het is het meest creatieve, in het oog springende project dat we in jaren gedaan hebben.” Waar de meeste museumdirecteuren om een onopvallende bewegwijzering vragen, wilde Blühm juist iets bijzonders voor het Groninger Museum. Paul: “Het mocht opvallen, iets zijn dat op je netvlies blijft hangen. Die instelling maken we niet vaak mee.” Meijer vult aan: “Toen zijn we natuurlijk even helemaal losgegaan. Dan gaan we de grenzen opzoeken, zoals het museum zelf ook wel eens doet.”

Mijksenaar wayfinding experts is het meest bekend van de bewegwijzering op Schiphol en andere grote luchthavens als JFK, LaGuardia en Newark in New York. In 2004 adviseerden ze Steven Spielberg voor het decor van de film *The Terminal*. Naast luchthavens voerden ze de wayfinding op tal van andere plekken uit, onder andere voor trein- en metrostations, ziekenhuizen, sportstadions, musea, kantoren, winkelcentra en bedrijven als Ikea. “We doen eigenlijk alle gebouwen en openbare ruimten waar mensen kunnen verdwalen,” aldus Paul.

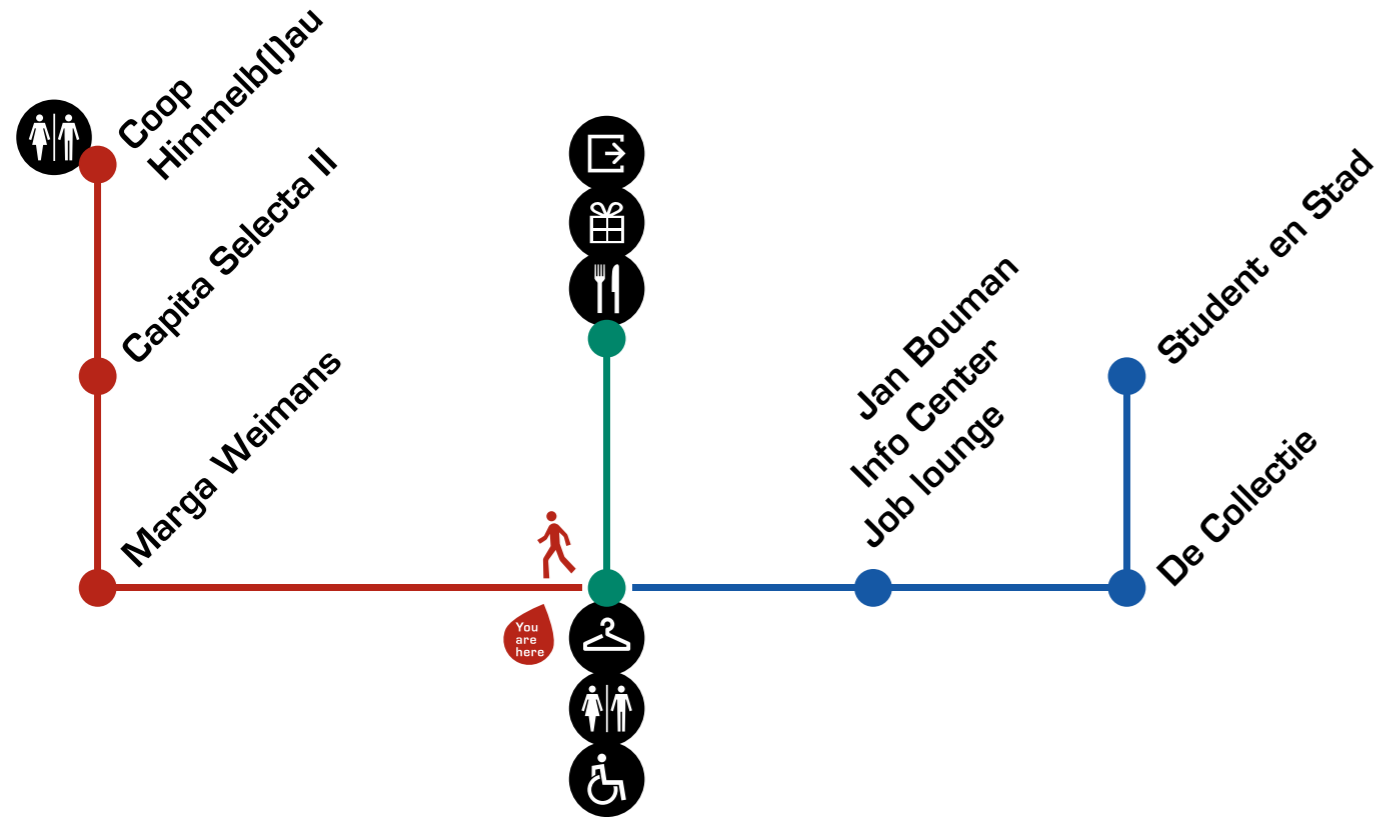
Opvallend

Aan ieder ontwerp gaat eerst een uitgebreide analyse vooraf. De reis van de bezoeker wordt van A tot Z in kaart gebracht. Meijer: “Ik ben ’s morgens om 9 uur aangekomen in het

Groninger Museum en heb daar rondgelopen tot ik eruit werd gezet door de beveiliging. We leggen elk keuzemoment dat je in het gebouw tegenkomt op foto vast. En tegelijkertijd, terwijl je daar rondloopt, ben je al bezig met het bedenken van mogelijke oplossingen. Het gebouw is al een kunstwerk op zich; het zijn allemaal compleet verschillende ruimtes.” Hij vervolgt: “We hebben gezocht naar een ontwerp dat in harmonie is met alle ruimtes, die allemaal heel verschillend zijn ingericht en ook qua kleurstelling compleet anders zijn. Je wilt dat het voldoende contrast levert met de omgeving zodat het niet samensmelt, maar tegelijkertijd wil je ook dat de bewegwijzering uniformiteit heeft. Dat was een balans die we moesten vinden.” Zo kwamen de ontwerpers uiteindelijk uit bij zwarte cirkelvormen waarin de pictogrammen zijn uitgesneden. De cirkelvorm geeft een goed contrast met het gebouw waardoor ze beter opvallen. Doordat de pictogrammen zijn uitgesneden nemen deze weer de kleur van de ruimte aan. “Dat maakt ze locatiespecifiek en in samenhang met de ruimte.” Ook hebben ze ervoor gekozen om de cirkels hier en daar te laten overlappen of de hoek om te laten lopen. Meijer: “Het idee is dat het een soort organisch patroon is. Dat is ook weer gebaseerd op het ontwerp van het gebouw zelf. Je hebt een aaneenschakeling van gebouwdelen die compleet verschillend zijn en toch samen een mooi geheel vormen. Dat idee hebben we ook laten terugkomen in de bewegwijzering.”

Routevork

Om het complexe gebouw ook voor de bezoeker inzichtelijker te maken hebben de ontwerpers besloten om het gebouw al bij de ingang schematisch in kaart te brengen met een zogeheten routevork. Het is nog het beste te vergelijken met een metrosysteem; de kaart geeft op een hele overzichtelijke manier de looproutes aan waarmee je de verschillende bestemmingen kunt bereiken. Meijer: “Kenmerkend aan het gebouw is dat je alleen vanaf de onderste verdieping alle andere delen kunt bereiken, maar het is heel lastig om je in het gebouw te oriënteren omdat het voor een gedeelte verzonken ligt. Je kunt niet naar buiten kijken dus je hebt geen vast oriëntatiepunt waar je af en toe op terug kunt vallen. Het is lastig om een indruk te krijgen van hoe groot het gebouw nu werkelijk is.” De routevork kan dat probleem verhelpen. Paul: “Een ingewikkeld museum blijft een ingewikkeld museum, dat zullen we nooit oplossen. Maar de bedoeling is dat als je er eenmaal de tijd voor neemt om het te begrijpen dat je het dan ook tijdens je bezoek kan blijven herhalen.”



Intuïtief

Het resultaat is één volledig communicatiesysteem om de bezoeker door het museum te begeleiden. Het systeem moet vooral intuïtief te begrijpen zijn. Dat wil zeggen dat het terugrijpt op bestaande symbolen en basisprincipes. Paul: “Aan de ene kant wil je natuurlijk inventief en creatief zijn en dat zie je hier maximaal. Maar je moet ook gebruik maken van de kennis en ervaring die mensen ergens anders hebben opgedaan om het te kunnen begrijpen, *intuitive wayfinding* noemen we dat. Intuïtief betekent bij ons voornamelijk ‘berustend op ervaring’. Als je het concept van de routevork kent uit de metro of bushaltes dan begrijp je ook wat ermee bedoeld wordt. En dan kan je nog een onderscheid maken tussen de creatieve oplossingen en de algemene basisprincipes die voor alle gebouwen gelden, maar je moet oppassen dat je niet de bijzonderheid legt in dingen die communicatief niet werken.”

Die algemene basisprincipes vormen voor de ontwerpers altijd het eerste uitgangspunt— bijvoorbeeld de criteria voor de waarneming van borden, zoals kleurcontrast, lettergrootte, lettertype en de spatiëring tussen letters of symbolen. Paul: “Wij letten er echt op dat je woorden of pictogrammen kan

herkennen. Het gaat in eerste instantie niet om het grafische aspect ervan.” De aanduidingen die er al waren hadden een veel te laag contrast, waardoor ze niet goed leesbaar waren. Paul: “Er moet minstens 70 procent contrast zijn zodat ook wat oudere mensen de tekst goed kunnen lezen. En bij oud moet je denken aan ouder dan veertig, want dan loopt je gezichtsvermogen dusdanig terug dat je meer omgevingslicht nodig hebt. Dat zijn gewoon vaste criteria, net als hoe breed een trap of trapleuning moet zijn.” Die basisprincipes bepaalden ook de keuze voor de pictogrammen, vult Meijer aan. “We hebben heel bewust voor deze pictogrammen gekozen omdat zij een universele betekenis hebben en daarmee ondervang je ook meteen het probleem van meertaligheid. We hadden natuurlijk ook specifiek voor het Groninger Museum aparte pictogrammen kunnen ontwerpen, maar daar help je de bezoeker niet mee.”

Menselijk gedrag

Daarnaast maken de ontwerpers gebruik van inzichten uit de ergonomie en het menselijk gedrag. Zo deed Meijer onderzoek naar de meest gestelde vragen bij de informatiebalies. Wat bleek? Een van de meest gestelde



vragen was ‘waar is de ingang?’ Dat heeft allemaal te maken met verwachtingspatronen, leggen de ontwerpers uit. Mensen verwachten niet dat ze moeten afdalen om naar binnen te gaan. Over het algemeen wil men ook helemaal niet naar beneden, dat heeft psychologisch gezien iets engs. Daarbij komt ook nog dat de mozaïektrap van Mendini geen alledaagse trap is. Meijer: “Het lijkt meer op een wensput dan een trap.” Bij de informatiebalie beneden bleek ‘waar is de uitgang’ vervolgens de meest gestelde vraag. Meijer: “Bezoekers zijn zich er kennelijk niet van bewust dat ze ooit een keer naar beneden zijn gegaan en vervolgens ook weer met de trap naar boven moeten om de uitgang te vinden. Die trap wordt niet ervaren als een verandering. Dat zijn allemaal factoren waar je rekening mee moet houden. Een van onze aanbevelingen is dan ook om de in- en uitgang beter aan te duiden.” Dit zijn overigens situaties die heel vaak voorkomen. Paul: “Gebouwen spreken maar heel zelden voor zichzelf.”

Onverwacht

Natuurlijk ontstaan er ook wel eens situaties waarbij de ontwerpers van hun eigen criteria moeten afwijken. Dat vraagt dan weer om creatieve oplossingen. Meijer: “Volgens ons principe komt de informatie écht naar de gebruiker toe. Maar in een museum mag je meer dwalen, wat betekent dat je de informatie anders aanbiedt.” Paul: “Je wilt er ook geen luchthaven of station van maken natuurlijk.” Daar komt nog bij dat het museum veel wisselende tentoonstellingen heeft. Het ontwerp moest eenvoudig aan te passen zijn. Om die reden is er voor gekozen om folie te gebruiken in plaats van borden. Soms komen de ontwerpers plotseling voor een onverwachte situatie te staan. Zo ontdekte Meijer tijdens zijn laatste ronde door het museum dat de lichte pastelmuur opeens een aubergine kleur had gekregen. “Dat contrast waar wij die

zwarte cirkels voor hadden bedacht was opeens helemaal zoek, dus daar moesten we wel even een oplossing voor bedenken,” lacht hij. “Uiteindelijk hebben we besloten om ze diapositief uit te voeren, dus in dit geval worden het dan witte cirkels.”

Bijzonder project

Mijksenaar wayfinding experts werkte eerder al met verschillende musea, zoals het Amsterdam Museum, Boijmans van Beuningen, het Centraal Museum, Teylers Museum en het Wallraff-Richartz Museum te Keulen, waar ze met Andreas Blühm samenwerkten. Toch was het Groninger Museum voor hen een bijzonder project. Paul: “Het Groninger Museum heeft zich beduidend anders opgesteld dan veel andere musea, waar juist om terughoudendheid en onopvallendheid gevraagd werd. Het grote verschil met andere musea is dat de bewegwijzering daar geen autonome of zelfstandige herkenbaarheid heeft. Het is daar vaak ondergeschikt aan de architectuur en de gedachte dat de kunst heilig is.” Uiteindelijk gaat het dus allemaal om het vinden van de juiste balans. Meijer: “Een aantal van onze aanpassingen zijn heel subtiel. Denk aan het gebruik van verschillende kleuren in de routevork. Dat zal de bezoeker niet direct opvallen, maar het werkt wel op het onderbewustzijn, zodat de link wel gemaakt kan worden.” Maar het systeem moet ook niet té veel informatie bevatten, want dan denken mensen weer: ik vraag het wel even of ik zie het verderop wel.” De ontwerpers zijn dan ook zeer benieuwd naar de uiteindelijke uitvoering van het project. Meijer: “Ik kan niet wachten tot het klaar is. Het project is voor ons vrij nieuw en uniek qua ontwerp dus als het er eenmaal hangt dan komen we er zeker nog eens naar kijken.” 