

Medewerker uitgelicht

Door Bianca van Putten

Dagelijks rijdt hij van zijn woonplaats Harderwijk over de Houtribdijk naar Enkhuizen en vice versa. Zo heeft hij op de heenweg een uur om zich mentaal voor te bereiden op zijn drukke werkzaamheden voor het museum en 's middags een uur om, onder het genot van een lekker muziekje (een van zijn passies), weer tot rust te komen. Sinds september 2002 is Bernard van den Berg op de afdeling Communicatie werkzaam als dtp'er en webmaster. Voor een aantal mensen zijn deze titel en de bijbehorende werkzaamheden waarschijnlijk abracadabra. We vroegen Bernard, tussen de werkzaamheden door, om uitleg.

In het Zuiderzeemuseum houdt Bernard zich dagelijks bezig met het voorbereiden, vormgeven en uitwerken van grafische uitingen, op een zodanige wijze dat het gewenste beeld van het museum wordt versterkt. Een hele mond vol, maar wat betekent dit nu concreet? Om te beginnen is het Peperhuis een mooi voorbeeld. Bernard zorgde ervoor dat het blad in 2003 een nieuw fris uiterlijk kreeg, passend in de huisstijl van het museum. En ook aan dit artikel gaf hij zelf de kenmerkende vormgeving. "Het museum moet een gezicht hebben," is zijn standpunt. "De afdeling Communicatie zorgt inhoudelijk voor de toon en het karakter van de uitingen. Het is mijn taak om deze door middel van beeld en typografie uitstraling te geven. Het geheel bepaalt het gezicht van het museum." Een belangrijk aspect van zijn werk is het maken en houden van een herkenbaar 'gezicht' voor het publiek. Hiervoor laat hij verschillende beeldelementen - zoals de sepia balk aan de linkerkant en vierkante foto's - consequent terugkomen. Het is voor hem een uitdaging om binnen de vastgestelde huisstijl steeds nieuwe elementen toe te voegen. "Met name de 'belevingselementen' worden steeds belangrijker," zegt hij. "Ik vind dat huisstijl en herkenbaarheid niet ten koste moeten gaan van datgene wat het museum wil uitstralen. Ik zoek steeds naar de balans tussen herkenbaarheid en uitstraling." Je kunt Bernard beschouwen als het lopende huisstijlhandboek van het museum en het is voor hem daarom belangrijk om altijd heel objectief naar de vormgeving te kijken.

Culturele beleving

Voordat Bernard bij het Zuiderzeemuseum in dienst kwam, werkte hij bij een communicatiebureau in Lelystad. Daar had hij met verschillende opdrachtgevers te maken, maar toch zegt hij hier veel meer mogelijkheden als vormgever te hebben. Een 'culturele beleving' werkt voor hem veel inspirerender dan het inkloppen van prijs-

lijsten of het opmaken van 'saai' handelsdrukwerk. "Sowieso vond ik Enkhuizen altijd al een mooie plaats en het Zuiderzeemuseum erg inspirerend. Daarom heb ik in 2002 gereageerd op een vacature bij het museum. Ik was me steeds meer gaan verdiepen in het bouwen van websites, dus de combinatie van dtp'er en webmaster trok me zeer aan. Wat ik erg leuk vind is dat ik inmiddels mijn takenpakket heb kunnen uitbreiden met vormgeving en webdesign. Met name vormgeving is steeds belangrijker geworden."

Trots is Bernard op een van zijn laatste projecten: de vormgeving rond de maand van 'Dood en begraven'. "Hierbij opperde ik zelf het idee om de uitingen behorend bij deze themamaand een eigen huisstijl te geven. Ik vond het geweldig om te proberen mijn eigen visie te combineren met de ideeën van projectleider Anton Kos en dit in een krachtige vormgeving aan het publiek te presenteren." De website www.dedoodleeft.nl is hierbij een van zijn wapenfeiten. Ook op de huidige website www.zuiderzeemuseum.nl en de themasite voor het evenement 'Sinterklaas, wie kent 'm niet?' heeft hij zich kunnen uitleven. Voor de tentoonstelling 'De laatste vissers van Enkhuizen' ging hij juist weer veel terughoudender aan de



"Het museum moet een gezicht hebben"



■ Een greep uit het werk van Bernard

slag. "Hierbij heb ik geprobeerd een vormgeving te maken die echt ondergeschikt is aan het onderwerp. Het onderwerp en de foto's moesten als het ware voor zich spreken."

Warm museum

Expressief is Bernard overigens niet alleen op zijn Apple-computer. Voor een multimediaproject van het museum heeft hij namelijk ook zijn stem uitgeleend en onlangs liep hij nog mee als doodgraver in de begrafenisstoet tijdens het evenement 'Dood en begraven'. In de toekomst zou hij zeker nog meer van dit soort dingen willen doen. "Ik vind het bijzonder om ook eens een rol te spelen. Het is toch iets heel anders dan mijn reguliere werk. Het enige nadeel is dat ik tamelijk ver weg woon. Voor de anderhalf uur die ik in de rouwstoet liep, is dat bijvoorbeeld wat lastig. Ik heb van de nood toen maar een deugd gemaakt en samen met mijn vrouw een dagje in het museum doorgebracht. Ik vind het Zuiderzeemuseum een 'warm' museum. Als ik in het buitenmuseum rondloop, krijg ik echt een gevoel van rust en kalmte. Volgens mij komt dat ook doordat het museum met veel liefde is gebouwd om 'wat ooit was' in stand te houden. Ik krijg, net als veel bezoekers, echt het gevoel dat ik in een dorpje van toen ben beland, waar ik zomaar lekker rustig kan rondkuieren."

Verbeterpunten zijn er overigens ook, meent

Bernard. "Verbeteringen gaan helaas vaak gepaard met meer geld, maar ik zou in de toekomst graag nog meer beleving in het museum zien. Bijvoorbeeld met meer rollenspelers. Deze geven zoveel meer levendigheid aan het museum! Ook zou naar mijn mening het entrepaviljoen meer moeten aansluiten bij de sfeer van het museum, al is dat misschien moeilijk te realiseren. Ik vind het entrepaviljoen op zich mooi, maar te modern en te kil in vergelijking met de museumbeleving." En Bernard zou Bernard niet zijn als hij hier zijn gedachten niet al over heeft laten gaan. We wachten af en zijn benieuwd naar de mooie dingen die hij in de nabije toekomst nog zal maken. ■



■ Bernard als doodgraver