

---

## 2015 bruggen in Nederland Bockting Ontwerpers

---



Het vel Bruggen in Nederland besteedt aandacht aan tien markante naoorlogse bruggen in Nederland: de HSL-brug Moerdijk, de Ehzerbrug in Almen, de Kolenhavenbrug in Delft, de Tuibrug in Heusden, de Zouthavenbrug in Amsterdam, de Jan Waaijerbrug in Zoetermeer, De Oversteek in Nijmegen, de Zeelandbrug over de Oosterschelde, de Hanzeboog in Zwolle en de Nesciobrug in Amsterdam. Het postzegelvel Bruggen in Nederland werd ontworpen door Bockting Ontwerpers uit Amsterdam.

---

### EIGENSCHAPPEN

**materiaal** normaal met fosforopdruk  
**techniek** offset  
**afmeting** 3,6 x 2,5 x 3,6  
**type** synthetische gomming  
**druk** Joh. Enschedé Security Print, Haarlem  
**waarde** 1  
**in gebruik vanaf** 2015  
**oplage** 190.000 velletjes

---

### BOCKTING ONTWERPERS

Hans Bockting (1945) en Sabine Bockting-Reinhardt (1969) werken sedert begin 2007 samen onder de naam Bockting Ontwerpers. Beide partners verwierven talrijke nationale en internationale onderscheidingen voor hun werk. Een groot deel van hun tijd besteden zij – samen met uitgevers, auteurs, illustratoren en fotografen – aan het realiseren van bijzondere boeken, catalogi en tijdschriften. Uitgaven voor volwassenen, maar met name ook boeken voor kinderen. Naast redactionele vormgeving is de visuele identiteit van financiële en zakelijke dienstverleners, uitgevers, culturele instellingen en individuele professionals een belangrijk werkterrein van Bockting Ontwerpers.

---

### SCHETSEN

In de afgelopen jaren is Bockting Ontwerpers meermalen betrokken geweest bij het ontwerp van postzegels in samenwerking met andere kunstenaars. Het postzegelvel Bruggen in Nederland is hun eerste postzegelontwerp van geheel eigen hand.

“Vanaf het begin was duidelijk dat we het ontwerp dienden te baseren op bestaand fotomateriaal van tien verschillende bruggen”, aldus Hans Bockting. “Maar welke

bruggen? En hoe geef je zulke grote, monumentale en complexe objecten op zo'n klein formaat weer? Hoe visualiseer je het meest essentiële aspect van een brug: de overbrugging? Van de Nederlandse Bruggenstichting ontvingen we twee lijstjes van elk twaalf bruggen. Op het ene lijstje stonden bruggen die vooral constructietechnisch opvallend waren, op het andere lijstje was het historisch belang als uitgangspunt genomen. We zijn ons daarnaast zelf gaan verdiepen in wat voor bruggen er allemaal zijn.”

Sabine Bockting Reinhardt: “Samen met de lijstjes ontvingen we een aantal beelden, maar ook zijn we zelf op zoek gegaan naar interessant bestaand fotomateriaal. Al doende ontstond een enorme verzameling beeldmateriaal. Toch zijn nog twee bruggen opnieuw gefotografeerd omdat het beeld niet aan de eisen voldeed. We zijn begonnen met te onderzoeken hoe de bruggen op de postzegels af te beelden. Eerst hebben we ons gefocust op details. Dat leverde fascinerende en monumentale beelden op met een grafisch interessant lijnenspel. Consequentie was wel dat de herkenbaarheid van de brug naar de achtergrond verdween. Niet erg voor de kenners, maar volgens onze opdrachtgever wel voor het grote publiek. Daarom zijn we gaan uitzoomen tot het punt waarop de brug wel herkenbaar werd. En dat je ook duidelijk ziet wat een brug allemaal overbrugt – dus water of land, met waar mogelijk een horizon.”

Door het verder uitzoomen konden beide ontwerpers zich richten op het repeterende effect door de herhaling van brugelementen zoals tuien, pijlers, bogen, enzovoort. “Overigens hebben we wel geprobeerd om het aanvankelijke idee overeind te houden om uitsluitend constructieve details van bruggen te tonen”, vertelt Sabine. “Door bijvoorbeeld wel in te zoomen op details, maar dan met een verhaaltje over de brug erbij. Of een detail op de postzegel met een kleine afbeelding van de hele brug op de velrand ernaast. Dat oogde toch te veel als een noodoplossing en het leidde ook af van de essentie van een brug – de overbrugging.”

“Die essentie keert ook terug in andere aspecten van het ontwerp”, legt Hans uit. “Met het aflopende beeld hebben we op het vel letterlijk een overbrugging willen suggereren. Iets soortgelijks geldt voor het witte vlakje op iedere postzegel. Doordat die vlakjes weer op elkaar aansluiten, sla je een brug tussen de verschillende postzegels. Zo ontstond ook het effect dat vier sorteerkruisen samen een pictogram van een kruispunt vormen, wat een brug per definitie altijd is. Het totale beeld van het velletje heeft uiteindelijk in belangrijke mate bepaald welke bruggen zijn afgebeeld en in welke positie ze op het postzegelvel staan. We zijn ook blij met de keuze van relatief onbekende nieuwe bruggen. Dus niet de Erasmusbrug, de Magere Brug, de Moerdijkbrug of de Sint Servaasbrug. Die kent iedereen en bovendien zijn ze soms al eerder op een postzegel afgebeeld.”

De uitsneden van de foto's zijn zodanig gemaakt dat een evenwichtig totaalbeeld ontstaat, rekening houdend met het karakter en het ritme van elke brug. “Nogmaals”, zegt Hans, “door de juiste afstand te nemen zodat je de herkenbaarheid combineert met de kenmerkende vormen van de brug. Het zijn ook allemaal prachtige bruggen. De HSL-brug bijvoorbeeld met die knik naar beneden en de pijlers op een rij. De fraaie rondingen van de fietsersbrug in Zoetermeer. Die brug uit Delft met de opvallende combinatie van een ouderwetse constructie met een eigentijdse vormgeving. De brug over de Waal bij Nijmegen die er als een spin uitziet, het grote gebaar van de Nesciobrug in Amsterdam. Bruggen met een heel mooi ritme. Tot slot hebben we, voor zover dat kon, geprobeerd om verschillende bruggen op elkaar aan te sluiten zodat het soms lijkt alsof de brug op

de ene postzegel overgaat in de brug op de andere postzegel.”

De Bruggenstichting zet zich in voor het behoud van bruggen met een cultuurhistorische waarde, het vastleggen én uitdragen van kennis over bestaande en nieuwe bruggen voor het onderwijs, de beroepspraktijk en voor overige geïnteresseerden. De Bruggenstichting biedt een onafhankelijk platform als het gaat over de huidige en toekomstige ontwikkelingen op het gebied van het ontwerpen én bouwen en onderhouden van bruggen. Voor het verspreiden van ‘state-of-the-art’ kennis van bruggen verschijnt vier keer per jaar het tijdschrift Bruggen en wordt de bruggenwebsite up-to-date gehouden. Voor professionals en studenten wordt jaarlijks in maart een Bruggendag georganiseerd.

### **Bruggen in Nederland**

“Nederland is een bruggenland bij uitstek. In een waterrijke delta als de onze zijn bruggen essentieel om de water- en verkeersstromen onbelemmerd doorgang te laten vinden. Bruggen markeren dan ook belangrijke knooppunten in onze infrastructuur, zowel voor de aan- en afvoer van water als verkeer en transport over water, wegen en spoorwegen. De duizenden bruggen in ons land komen in allerlei vormen voor. Er zijn vaste en beweegbare bruggen te onderscheiden. Veel overbruggingen bestaan uit een combinatie van een vast en een beweegbaar deel. Dit is vooral het geval waar het te overbruggen water breder is dan de benodigde doorvaartopening. Zijn voor beweegbare bruggen vooral ijzer en staal de geëigende bouwmaterialen, vaste bruggen kunnen zijn uitgevoerd in steen, hout, (giet)ijzer, staal en beton. Op heel beperkte schaal wordt geëxperimenteerd met bruggen van aluminium en kunststof.”

Bovenstaande informatie is afkomstig uit het boek *De Nederlandse brug*, 40 markante voorbeelden, een uitgave van de Nederlandse Bruggenstichting en Uitgeverij THOTH, Bussum, 2012.

### **Afbeeldingen**

- HSL-brug Moerdijk, 2006, stalen kokerbrug met betondek. Architect: Benthem Crouwel, Amsterdam. Foto: Luuk Kramer, Amsterdam.
- Ehzerbrug Almen, 1946, stalen vakwerkbrug. Architect: A.M. Hamilton. Foto: Luuk Kramer, Amsterdam.
- Kolenhavenbrug Delft, 2004, stalen ophaalbrug. Architect: Joris Smits, Royal HaskoningDHV, Rotterdam. Foto: Bart Nijs, Overasselt.
- Tuibrug Heusden, 1989, betonnen tuibrug met niet omhulde staalkabels. Architect: Rijkswaterstaat, Wim Snieder. Foto: Michiel Verbeek, Arnhem.
- Zouthavenbrug Amsterdam, 2005, onderspannen stalen liggerbrug voor voetgangers. Architect: Hans van Heeswijk, Amsterdam. Foto: Luuk Kramer, Amsterdam.
- Jan Waaijerbrug Zoetermeer, 2014, stalen fiets- en voetgangersbrug. Architect: Syb van Breda, Leiden. Foto: Foto Linthout, Zoetermeer.
- De Oversteek Nijmegen, 2013, boogbrug. Architect: Chris Poulissen, Antwerpen. Foto: Hollandse Hoogte, Flip Franssen, Ubbergen.
- Zeelandbrug Oosterschelde, 1965, betonnen kokerbrug en stalen basculebrug. Architect: Combinatie Brug Oosterschelde. Foto: Wim Denijs, Lommel.
- Hanzeboog Zwolle, 2011, stalen spoorbrug. Architect: Quist Winterman Architecten, Rotterdam. Foto: Stefan Verkerk, Wezep.
- Nesciobrug Amsterdam, 2006, stalen hangbrug. Architect: Jim Eyre, Londen. Foto:

Het nieuwe millennium brengt voor het postbedrijf grote veranderingen met zich mee, niet alleen in het vormgevingsbeleid, maar ook in de gehele bedrijfsvoering. Waar in eerdere jaren beslissingen over vormgevingszaken bij onder meer marketingafdelingen kwamen te liggen, zo worden ook in het begin van de 21ste eeuw besluiten buiten K&V om genomen. Externe bedrijven worden ingezet om deze opdrachten voor het postbedrijf uit te voeren. K&V fungeert niet meer als tussenpersoon, maar heeft enkel een adviserende rol.

In 2002 wordt K&V opgeheven, omdat de afdeling niet meer past binnen het karakter van de bedrijfsvoering van TNT Post. De medewerkers van K&V komen terecht op andere plaatsen binnen het bedrijf. Hier voeren zij taken uit die zij ook voor de opheffing van K&V verrichtten.

Het jaar 2006 staat voor het postbedrijf in het teken van de naamswijziging van TPG Post in TNT Post. De postmarkt wordt steeds internationaler. TNT heeft buiten Nederland in meer dan tweehonderd landen een solide reputatie opgebouwd. Met de naamsverandering kan verder worden gewerkt aan het in de markt zetten van een wereldmerk.

Met de naamswijziging naar TNT Post verandert de huisstijl. Het vertrouwde rood en de huisstijl van TPG worden omgezet in het nieuwe oranje en een vernieuwde huisstijl van TNT Post.

#### Kwaliteit, klantgerichtheid en innovatiekracht

Elke Nederlander komt dagelijks bewust of onbewust met TNT Post in aanraking via de ontwerpen van postzegels, brievenbussen, bedrijfskleding en gebouwen. Die ontwerpen worden des te belangrijker nu de concurrentie van andere media zoals e-mail en internet en van andere postbedrijven hand over hand toeneemt. TNT Post zet de vormgeving daarom consequent in om het bedrijf sterker te onderscheiden door kwaliteit, klantgerichtheid en innovatiekracht uit te stralen. De rijke traditie van TNT Post op vormgevingsgebied is zo sterk verweven met de organisatie dat ook nieuwe medewerkers en managers zich snel bewust zijn van het belang dat het bedrijf hecht aan de kracht van het ontwerp. Daardoor zit design in de genen van het bedrijf, wat in het opdrachtgeverschap garant staat voor continuïteit in de (aandacht voor) vormgeving.

De adviseurs visuele communicatie bij TNT Post Communicatie zijn verantwoordelijk voor de kwaliteit van de vormgeving en de consistentie en continuïteit van alle visuele uitingen van het merk TNT Post, vooral waar deze het bedrijfsbelang raken. Tot hun taken behoort het initiëren van beleid, het geven van advies en het waar nodig voeren van projectmanagement. In de verschillende business units van het bedrijf heeft TNT Post Communicatie vertegenwoordigers zitten die binnen hun afdelingen verantwoordelijk zijn voor de uitvoering van het ontwerpbeleid en voor het gezicht naar

buiten van TNT Post.

De adviseurs visuele communicatie begeleiden zowel de interne opdrachtgevers als de externe vormgevers. De opdrachtgever krijgt hulp, waar nodig, bij het formuleren van de design-doelstellingen en de verdere briefing. De vormgever wordt begeleid in het gehele ontwerpproces: van het begrip voor de zakelijke doelstellingen, de beoordeling van de eerste schetsen tot aan de presentatie van de uiteindelijke ontwerpen en de aanpassingen aan aanvullende wensen. Deze voortdurende interactie in de driehoek opdrachtgever-ontwerper-adviseur staat garant voor een optimale balans in het onvermijdelijke en tegelijkertijd noodzakelijke spanningsveld tussen opdracht en uitvoering, tussen gebondenheid en vrijheid.

Zowel interne opdrachtgevers als externe vormgevers kunnen gebruikmaken van verschillende websites die de doelstellingen van het vormgevingsbeleid ondersteunen. Zo is Merkplaats ([www.tntpost.nl/merkplaats](http://www.tntpost.nl/merkplaats)) voor ontwerp bureaus en vormgevers het trefpunt waar zij alle middelen van het merk TNT Post kunnen vinden, met een uitleg van de structuur van de visuele identiteit. Met Iconen van de Post ([www.iconendepost.nl](http://www.iconendepost.nl)) houdt TNT Post de iconen van 1850 tot nu levend door zowel voor een breed publiek het culturele erfgoed van TNT Post in de schijnwerpers te zetten als de eigen medewerkers te tonen dat TNT Post een bedrijf is waar zij trots op kunnen zijn.

Dat krantenpagina's ervan opfleuren

Postzegels bepalen in belangrijke mate het imago van TNT Post en zijn daarmee al decennialang hét visitekaartje op miniatuur-formaat. Sinds jaar en dag wordt bewust gekozen voor postzegelemissies die zowel vormgevingstechnisch als inhoudelijk een zeer hoog peil hebben. Er is regelmatig aandacht voor de toepassing van innovatieve technieken, ook met als doel zowel de verkoopcijfers als het imago van TNT Post te ondersteunen.

Postzegels komen niet zomaar tot stand. Er zijn heldere spelregels voor de samenstelling van het emissieprogramma en de selectie van ontwerpers. Postzegels worden vormgegeven door de beste ontwerpers van Nederland. Een belangrijke plaats is ingeruimd voor aanstormende talenten, die de helft van de ontwerpen voor hun rekening nemen. Ook de belangrijkste, toonaangevende Nederlandse ontwerpers krijgen minimaal eens in de vijf jaar een opdracht en elk jaar gaat een opdracht naar een beeldend kunstenaar. Op basis van de briefing van de opdrachtgever en het onderwerp van de postzegel zoekt TNT Post Communicatie de juiste vormgever die zowel op creatief als inhoudelijk vlak het meest geschikt is voor de opdracht. De ontwerper wordt intensief begeleid door de adviseurs visuele communicatie om valkuilen te vermijden en om waar mogelijk grensverleggende ontwerpen te krijgen.

"Het laatste kunstwerk dat Karel Appel maakte voor hij overleed, was een postzegel. Dat was nieuws. Het feit dat nieuwe postzegels zo vaak de voorpagina halen zegt veel over de status die de postzegel in Nederland heeft. Postzegels zijn niet alleen mooie krachtige beelden die ook in uitvergrote vorm makkelijk standhouden, ze zijn vaak ook zo goed ontworpen dat de betreffende krantenpagina's er onmiskenbaar van opfleuren." Hans den Hartog Jager, Kunst per post, 2006

Kenmerken vertalen naar een interieur

Met de postkantoren is TNT Post een nieuwe weg ingeslagen door steeds meer en meer met eigen winkels te werken, zonder bancaire dienstverlening. De nieuwe

postwinkel moest exclusief gericht zijn op postzaken en inspelen op de veranderende wensen van klanten in grote steden, onder meer door ruimere openingstijden en allerlei mogelijkheden voor zelfbediening.

Opdrachtgever TNT Post Retail stelde hoge eisen aan de helderheid, met een overzichtelijke en duidelijke indeling van de winkel en producten, een herkenbaar kern- en randassortiment en inzicht in extra mogelijkheden om post sneller, veiliger of goedkoper te versturen. Ook moest professionaliteit de boventoon voeren door middel van innovatieve diensten, zichtbare zorg voor post en deskundig personeel. Tot slot moest de toegankelijkheid naar eigentijds niveau worden getild. Merckx + Girod kreeg de opdracht het concept voor deze nieuwe postwinkel uit te werken. In een voortdurend samenspel tussen opdrachtgever, adviseur en vormgever is een authentiek concept ontstaan van een speels en transparant interieur met een lange zelfbedieningswand en losstaande, open verkoopmeubels. Binnen de kaders van de bedrijfsstijl heeft Merckx + Girod een eigen vormtaal ontworpen waardoor de nieuwe postwinkel een uniek gezicht heeft gekregen.

"Merckx + Girod is erin geslaagd de kenmerken van het postbedrijf te vertalen naar een interieur. Overheersend is de huiskleur oranje, die eigenlijk geen enkele andere kleur naast zich duldt. Dit probleem is omzeild door verder alleen grijs, zwart, wit en een neutrale lichtblauwe tint te gebruiken. Deze harde kleuren zorgen tegelijk voor heldere indeling. Of de nieuwe postkantoren tot de canon van de Nederlandse vormgeving gaan behoren, zal nog moeten blijken. Maar ze zijn in elk geval een fris alternatief voor het gedateerde postkantoor." Volkskrant, 16 juli 2008

#### Integratie in een homogeen systeem

De postmarkt kenmerkt zich door grote, snelle veranderingen, terwijl tegelijkertijd de postbode nog steeds de straat opgaat en de post in de brievenbus van de geadresseerde bezorgt. Wel worden daarvoor voortdurend vernieuwde hulpmiddelen gebruikt, onder meer om de veranderingen in het postaanbod (minder geadresseerd, meer ongeadresseerd) te kunnen opvangen.

Flex uit Delft kreeg de opdracht om alle hulpmiddelen tegen het licht te houden en aan te passen, of volledig te herontwerpen, aan de hand van de nieuwste functionele en ergonomische inzichten. De opdracht was noodzakelijk gezien de benodigde fundamentele wijziging in de logistieke processen op postvestigingen. Doordat de aanpassingen parallel liepen met de rebranding in TNT Post, werd waar nodig huisontwerper Studio Dumbar bij het project betrokken. Op die manier werd onder aansturing van de adviseurs visuele communicatie het vernieuwend functioneel design gekoppeld aan de grote aandacht voor merkbeleving door de nieuwe bedrijfsstijl. Flex ontwierp onder meer de Postman, een nieuwe fietskar met capaciteit voor drie tassen, geschikt voor zowel lopende als fietsende postbodes. De Postman biedt meer efficiency door de capaciteit met 50 procent te vergroten, maar met meer stabiliteit dan bij een zwaar beladen fiets. Het meest opvallend is wel de schoudertas, een kleine tas voor het binnen handbereik houden van een 'grijpvoorraad' ongeadresseerde post en een bundel geadresseerde post.

"Designer Ronald Lewerissa' postal aids comprise twelve different tools – from digital sorting cabinets to a postman's bicycle cart. Considered individually, none of the objects screamed design distinction. What really stood out, the jurors agreed, was the way all of the pieces integrated into one system, showing deep research of every element that goes into the postal service." I.D. Annual Design Review 2008

Ferme visuele taal

TPG Post werd TNT Post: een imposante operatie, waarvoor zo'n 20.000 brievenbussen, 4.300 voertuigen, 40.000 postbodetenues, 400 formuliervarianten en ruim 2.000 gebouwen moesten worden aangepast.

De naamswijziging is door een organisatiebreed projectteam verzorgd, die in opdracht van stuurgroep en directie aan de slag ging. De rebranding na de naamswijziging betekende de noodzaak om de nieuwe kleur oranje en het nieuwe logo, met de koninklijke kroon, op te nemen in de bestaande bedrijfswijziging. Op aangeven van de werkgroep visuele identiteit bij TNT Post tekende Studio Dumbar uit Rotterdam voor de uiteindelijke vormgeving. Daarbij is in nauwe samenwerking een nieuwe conceptuele laag bedacht die geschikt moest zijn om over alle uitingen heen te 'draperen'. Het ontwerp werd daarbij gekoppeld aan het merk, waarbij oplossingen werden gezocht om in alle onderdelen het merk te kunnen verbeelden. Binnen de kaders van de bedrijfswijziging is naar creatieve vrijheid gezocht en die werd onder meer gevonden in het durfelement, waarbij uitvergrotingen van het logo terugkeerden op huisstijl dragers zoals posttassen.

"Het resultaat is een beeldmerk dat uit veel elementen bestaat. De eventuele tekortkomingen van de vormverschillen hebben we geprobeerd op te lossen door een durfelement toe te voegen. Door uitvergrotingen laten we delen van het logo nu terugkomen op huisstijl dragers zoals de posttassen. In die ferme visuele taal zie je de relatie met de kwaliteit die vormgeving bij TNT Post altijd heeft gehad." Michel de Boer, Studio Dumbar, Items, 2006.

Op 26 mei 2011 wordt met instemming van de aandeelhouders TNT N.V. gesplitst in twee zelfstandige bedrijven en gaat het postbedrijf verder onder de naam PostNL. Het vanuit Amsterdam internationaal opererende bureau VBAT ontwerpt het nieuwe logo van PostNL dat als het 'dynamische hart' van de nieuwe identiteit moet fungeren.

---

POST & MAATSCHAPPIJ  
2000 EN LATER

**In 2006 verandert TPG Post de naam in TNT Post in verband met de toenemende concurrentie in binnen- en buitenland. Op 26 mei 2011 wordt met instemming van de aandeelhouders TNT N.V. gesplitst in twee zelfstandige bedrijven en gaat het postbedrijf verder onder de naam PostNL.**

Op 16 oktober 2006 verandert TPG Post haar naam in TNT Post. Achterliggende reden is de toenemende concurrentie in binnen- en buitenland. Er is daarom gekozen voor een krachtig wereldwijd merk. Dat zal de positie op de lange termijn - zowel in binnen- als buitenland - versterken. De naamswijziging wordt in een periode van meerdere jaren gefaseerd ingevoerd. Dit betekent dat de nieuwe huisstijl wordt ingevoerd op basis van vervanging. Met de nieuwe bedrijfsnaam verandert de bedrijfskleur voor geheel TNT in oranje. In februari 2006 is de eerste oranje brievenbus geplaatst. De laatste rode brievenbus zal in 2010 worden vervangen door een oranje exemplaar.

In dit decennium zijn de veranderingen in de samenleving ook merkbaar bij TNT Post. Veel bedrijven en kantoren gebruiken allang geen postzegels meer. Deze trend zal zich door de sterke groei van het gebruik van GSM en e-mail waarschijnlijk ook bij particulieren doorzetten.

Op 26 mei 2011 wordt met instemming van de aandeelhouders TNT N.V. gesplitst in twee zelfstandige bedrijven en gaat het postbedrijf verder onder de naam PostNL. PostNL wordt het bedrijf dat met zijn post, pakketten en e-commerce activiteiten en met circa 77.000 medewerkers actief is in Nederland, België, Duitsland, Groot-Brittannië en Italië. Het predikaat Koninklijk blijft behouden en oranje blijft de hoofdkleur van de nieuwe corporate identiteit.

In 2006 verandert TPG Post de naam in TNT Post in verband met de toenemende concurrentie in binnen- en buitenland. Op 26 mei 2011 wordt met instemming van de aandeelhouders TNT N.V. gesplitst in twee zelfstandige bedrijven en gaat het postbedrijf verder onder de naam PostNL.

bron: [www.iconenvandepost.nl](http://www.iconenvandepost.nl)

© TNT Post