



Koduijn: Karin van Duijnhoven, Nico Birkenholz en Anne Koningsberger

Uitgelicht Koduijn

door Dirk van Ginkel

KLEIN IS FIJN

Fris, helder, onderscheidend... Zegt niet elk ontwerp-bureau dat over het eigen werk? Koduijn zegt meer: 'Het moet raken, ontroeren, verrassen of uitnodigen tot een lach'. Maar bovenal willen de drie ontwerpers van het kleine Utrechtse bureau met elke opdracht de wereld een beetje beter maken. Daar streven ze naar, samen met hun los-vaste netwerkpartners. 'We kiezen per opdracht de beste partijen.'

De ontstaansgeschiedenis van Koduijn is te leuk om niet te vertellen. Anne Koningsberger en Karin van Duijnhoven ontmoetten elkaar in 1991. Ze studeerden aan de HKU in Utrecht en zaten in het voorlaatste jaar. Beiden deden mee – samen met 30 andere studenten – aan een affichewedstrijd voor het Nationaal Toneel, die was georganiseerd door een van hun docenten. Het beste affiche zou worden gebruikt voor een voorstelling. Anne Koningsberger won, Karin van Duijnhoven kreeg een eervolle vermelding. Toen Koningsberger erachter kwam dat zij als prijswinnaar ook geacht werd een catalogus te maken van alle ontwerpen die voor de prijsvraag gemaakt waren, trok ze zich terug. 'Ik weigerde de prijs vanwege die catalogus. Ik zag mezelf niet de hele zomer aan het werk zijn om dat ding te maken, ik zorgde alleen voor mijn kind en zat dus krap in mijn tijd. Toen deed iemand de suggestie dat ik de catalogus samen met Karin zou kunnen maken. Ik kende haar niet, want ze zat in een parallelklas, maar ze had die eervolle vermelding, dus het leek de moeite waard om het te proberen.' Van de dertig affiches lieten ze full colour ansichtkaarten maken. Die stopten ze in een doosje, boekje erbij, stickertje erop. Kortom, een leuk pakketje dat door de HKU als relatiegeschenk zou worden gebruikt. De twee ontwerp-

sters bleken het bovendien goed met elkaar te kunnen vinden. Koningsberger had toen al gezegd dat als ze ooit een bureau voor zichzelf zou beginnen ze Van Duijnhoven zou vragen mee te doen.

Schikking

Een half jaar later werden de twee benaderd door een kennis die zei: 'Moet je nou toch eens kijken!' Wat was er aan de hand? Een art director van een gerenommeerd reclamebureau die ook les gaf aan de HKU had voor een grote klant precies zo'n doosje gemaakt: kaarten erin, stickertje erop enz.

Van Duijnhoven: 'Dat geloof je toch niet? Iemand kende weer iemand anders die advocaat was en veel van auteursrecht wist en die wilde er in ruil voor een goeie doos sigaren en een stapel muziek cd's wel even naar kijken. Het liep uiteindelijk uit op een schikking.' Koningsberger: 'En daarvan hebben we onze eerste mac's gekocht. We hebben ze nog steeds, hele schattige kleine mac's. Die gebruikten we meteen voor het eerste magazine waar we als Koduijn aan werkten, een uitgave van de Stichting Voedselallergie. We waren toen inmiddels afgestudeerd.'

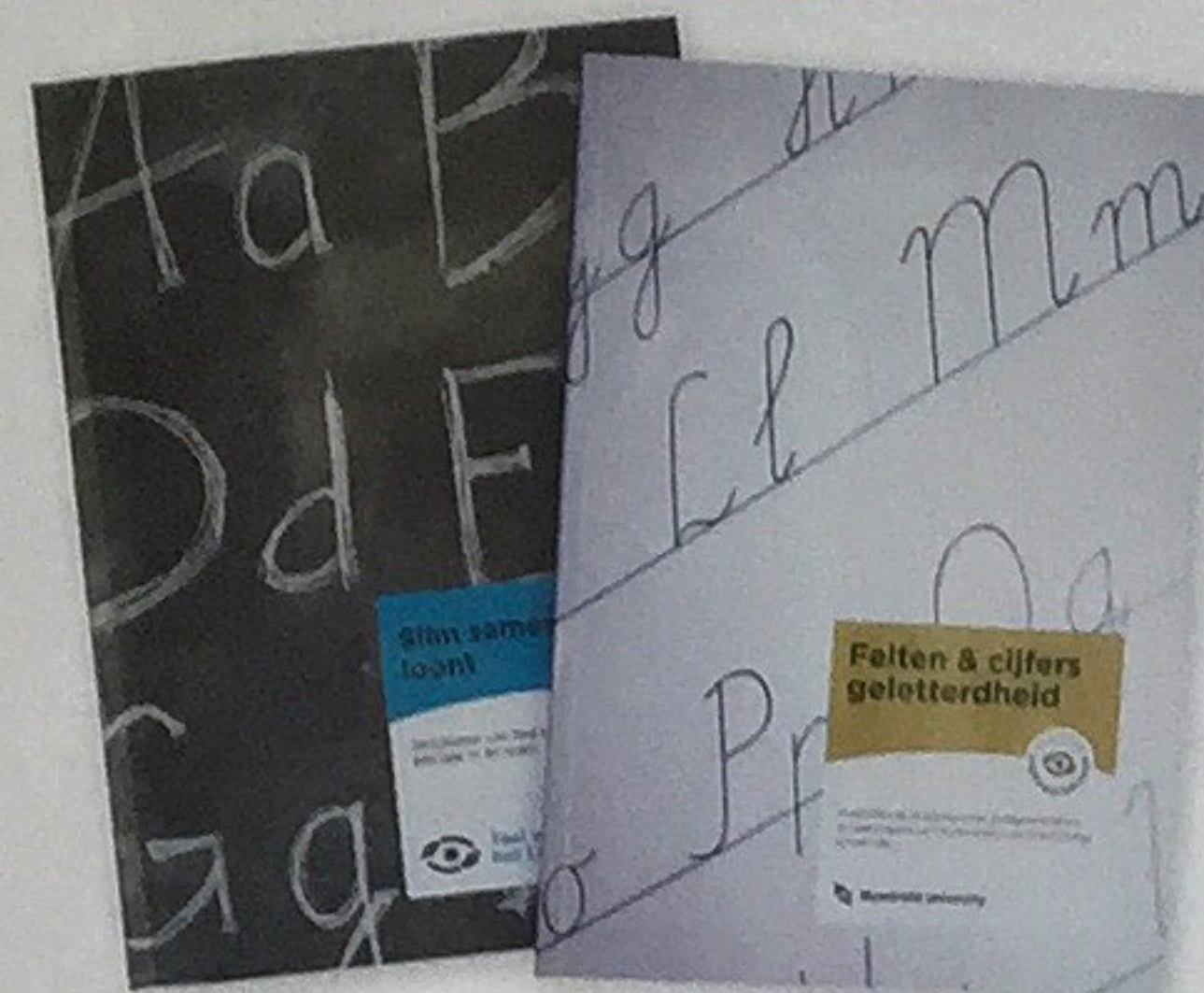
Creatieve ruimte

Het bureau Koduijn is altijd klein gebleven.

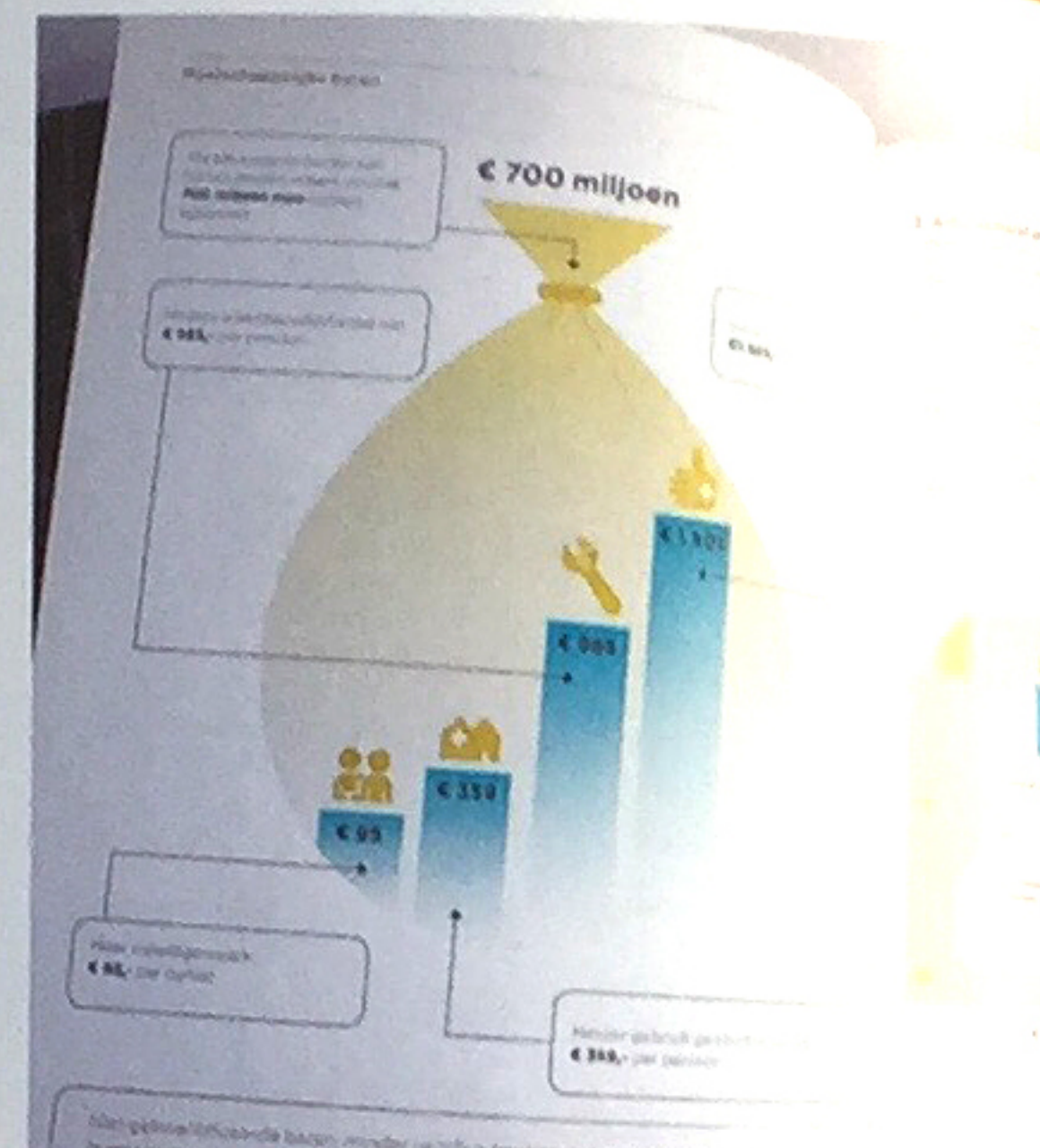
Koningsberger en Van Duijnhoven spiegelde zich niet aan de grote bureaus. Een bewuste keuze is dat, zeker in het begin, niet geweest. Van Duijnhoven: 'We werkten, voordat we met Koduijn begonnen, allebei in een sfeer van vrijheid blijheid. Anne heeft, voordat ze naar de HKU ging, theaterschool gedaan en speelde veel voorstellingen waarbij altijd ruimte was voor de eigen inbreng. Ik maakte als student geheel naar eigen inzicht affiches voor Tivoli en kreeg daarvoor vrijkaartjes en bierbonnen. Die creatieve ruimte troffen we ook aan bij de gastdocenten op de HKU. Dat waren veelal zelfstandige pioniers in hun vakgebied. De grote, strak georganiseerde bureaus hebben we dus eigenlijk nooit van binnen gezien. We wisten niet beter of een bureau was klein en fijn, met veel ruimte voor je eigen ding. Aan dat model hebben we ons altijd vastgehouden. En als we iets zelf niet goed genoeg konden, dan zochten we de samenwerking met andere zelfstandige partijen. Tegenwoordig is het heel gewoon om het zo te doen.' Naast Koningsberger en Van Duijnhoven is Nico Birkenholz al twaalf jaar een vaste kracht bij het bureau. Birkenholz studeerde ook aan de »



Het eerste gezamenlijke werkstuk: de catalogus die Anne Koningsberger en Karin van Duijnhoven als studenten aan de HKU maakten.



Werk voor de Stichting Lezen & Schrijven



HKU, ging daarna werken bij het Rotterdamse Limage dangeuse en vervolgens bij de Amsterdamse vestiging van het internationaal opererende ontwerpbureau Razorfish voordat hij overstapte naar Koduijn. 'Nico past heel goed bij ons', zegt Anne Koningsberger. 'Hij houdt net als wij van een heldere en duidelijke vormtaal. En ook hij wil, met behoud van maximale creatieve vrijheid, antwoorden verzinnen op de vragen van opdrachtgevers, of die nu commercieel of cultureel zijn.'

Samenwerking met Podium

Koduijn werkt veel samen met andere partijen. Een daarvan is Podium, bureau voor educatieve communicatie. Die samenwerking bestaat al heel lang en is heel intensief. Van Duijnhoven schat dat zeker 25% van de uren en de inkomsten van Koduijn met Podium te maken hebben. En ze vindt die samenwerking zo typerend voor de manier waarop Koduijn werkt dat ze Sylvia van Aalst van Podium bij het interview heeft gevraagd. Van Aalst: 'Het is ons specialisme om ingewikkelde boodschappen begrijpelijk te maken voor verschillende doelgroepen. Daarvoor gebruiken we allerhande middelen: van complete communicatietrajecten en exposities tot lesmateriaal. We bestaan 20 jaar en hebben 30 mensen in dienst. Maar geen ontwerpers.'

Anne Koningsberger: 'Wij werken heel graag voor non-profit opdrachtgevers. Dat geeft je het gevoel dat je de wereld als ontwerper een beetje beter maakt. Dat is een belangrijke drijfveer voor ons.'

Afhankelijk van de aard van de opdracht kiezen we een ontwerpbureau. Met Koduijn werken we samen als het om echt ingewikkelde boodschappen gaat. Koduijn is in staat snel heel heldere vertalingen te maken van complexe zaken.'

Podium en Koduijn werken steeds vaker ook in de pitchfase al samen.

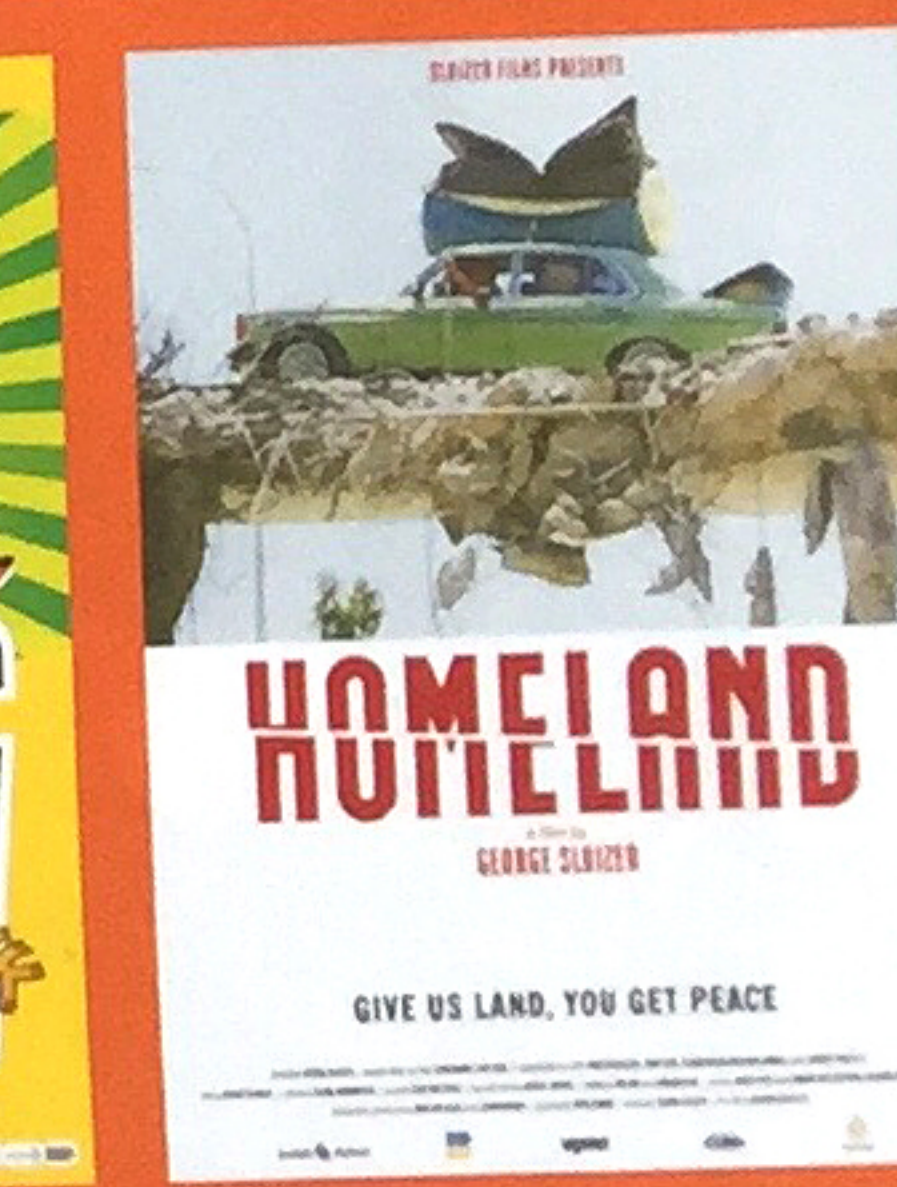
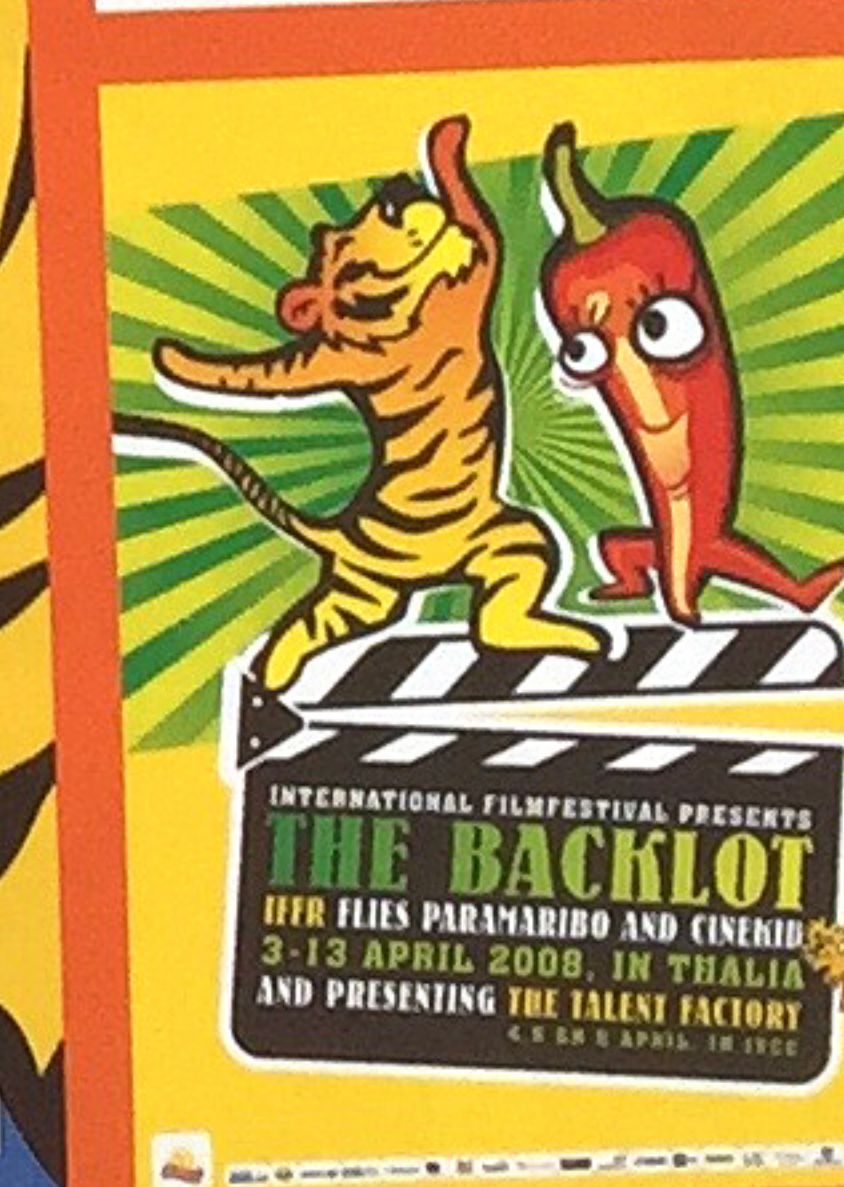
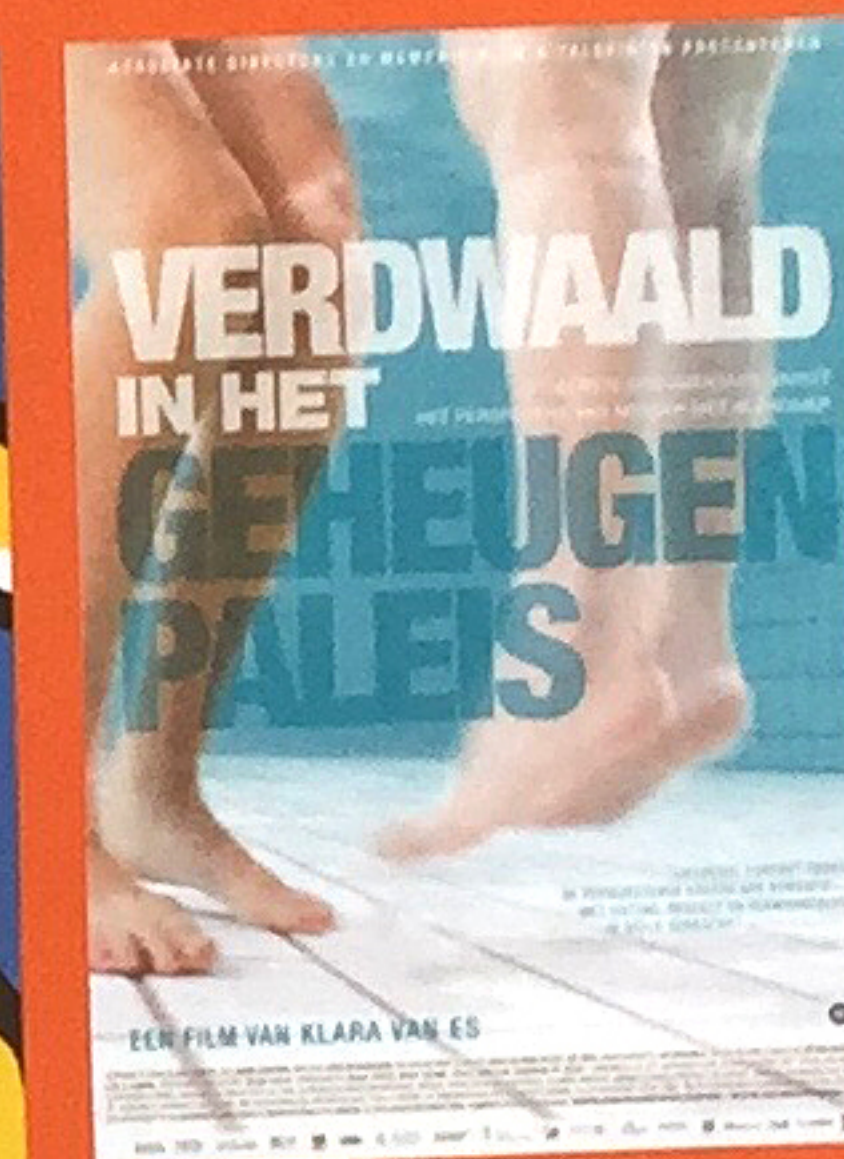
Koningsberger: 'In een heel vroeg stadium dagen we elkaar uit waardoor ideeën en concepten alleen maar beter worden. Podium kan het geheel goed in woorden vatten en wij in beelden. Voeg je dat samen, dan heb je een grotere kans een pitch te winnen.' Van Duijnhoven: 'Het is een hele tijd nogal sjiek geweest om een full service bureau te zijn. Alle diensten onder één dak. Volgens mij is dat inmiddels verschrikkelijk ouderwets. Een goed netwerk, de mogelijkheid de beste partijen te kiezen per opdracht, dat is toch ideaal? En het is nog vaak goedkoper ook.'

Lezen & Schrijven

Een van de grootste opdrachtgevers waar Koduijn en Podium samen voor werken is de Stichting Lezen & Schrijven. De stichting is opgericht door prinses Laurentien en richt zich op het voorkomen en terugdringen van laaggeletterdheid.

Van Aalst: 'De activiteiten van de stichting hebben een ontzettende hoge vlucht genomen. In Nederland is een op de negen mensen laaggeletterd. Je vindt laaggeletterden in alle leeftijdscategorieën, bij allochtonen maar vooral ook bij autochtonen. Laaggeletterdheid heeft vele, ingrijpende gevolgen. Nogal wat mensen hebben geen baan, ze leven geïsoleerd, eten ongezond. En laaggeletterdheid wordt doorge-

Affiches en een tijdschrift voor non-profit en culturele opdrachtgevers



publish

vaktijdschrift voor ontwerpers en beeldmakers

#2 | april 2015 | €13,50 | www.publish.nl

DESIGN
AFTER
DARK 3
ROY
GILSING

IN DIT NUMMER:
MAD FEST 2:
MAX KISMAN EN
BEN NEWMAN

WORKSHOP:
HOE MAAK JE
EEN INTERACTIEVE
EPUB?

INTERVIEW:
JOB, JORIS &
MARIEKE OVER
'A SINGLE LIFE'



**THE 8TH
INFOGRAPHIC
CONFERENCE:
'INFOGRAPHICS
ARE HERE. AND
NOW WHAT?'**

**SMARTWATCH
DESIGN:
ONTWERP JE
EIGEN WATCHFACE**

**UITGELICHT:
KODUIJN**



Koduijn verzorgde de aankleding van het bedrijfspand waar het gevestigd is. Daarnaast: een opdracht voor De Jaarbeurs

geven aan volgende generaties, onder andere doordat ouders hun kinderen niet voorlezen. Het is een belangrijk maatschappelijk probleem. Je kunt deze mensen niet helpen of op ideeën brengen door ze even een brochure toe te sturen. Als je er al achter kunt komen wie laaggeletterd is.'

Podium en Koduijn ontwikkelen allerlei communicatiemiddelen voor de stichting, zowel voor laaggeletterden als voor professionals in het veld als voor vrijwilligers die taalscholing geven.

Koningsberger: 'Wij werken heel graag voor dit soort opdrachtgevers, het geeft je het gevoel dat je de wereld als ontwerper niet zozeer mooier maakt als wel beter. Dat is een belangrijke drijfveer voor ons.'

Grenzen

Zowel Koningsberger als Van Duijnhoven zeggen er niet aan te moeten denken als autonoom kunstenaar in de weer te zijn, ook al hebben ze de kunstacademie gedaan. Ze zien zichzelf niet dag in dag uit in de weer in een atelier. Creatief zijn? Ja, zoveel als maar kan, maar wel in opdracht van een ander.

Karin van Duijnhoven: 'Juist de vraag die een ander stelt, triggert ons. De uitdaging van een concreet probleem dat opgelost moet worden, hebben we gewoon nodig. En dan binnen de restricties van zo'n opdracht tot het uiterste

Karin van Duijnhoven: 'We zijn altijd een klein bureau geweest. Indien nodig zoeken we de samenwerking. Tegenwoordig is het heel gewoon om het zo te doen.'

gaan, de grenzen opzoeken, dat is wat ons boeit. Daar zoeken we onze opdrachtgevers ook wel een beetje op uit.'

Naast culturele instellingen zijn dat ook commerciële bedrijven, zoals De Jaarbeurs. 'Een hele grote klant', zegt Anne Koningsberger. 'Het bedrijf heeft een geweldig mooie design-geschiedenis, er zijn de prachtigste affiches voor gemaakt bijvoorbeeld. Maar die Schwung was er met de tijd een beetje uitgeraakt. Wij kwamen met onze ideeën op het goede moment binnen, want er was toen net iemand gekomen die weer ernst wilde maken met het design van De Jaarbeurs. Overigens doen we ook veel werk voor De Jaarbeurs dat niet spectaculair is hoor, maar dat ook gewoon gemaakt moet worden. Dat hoort gewoon bij goede dienstverlening. Je kunt niet alleen de krenten uit de pap halen.'

Eigen stijl

Koduijn bezweert een herkenbare eigen stijl te hebben: recht voor z'n raap, helder, geen

frutsels, duidelijk verhaal, beetje humor.

Tegelijkertijd streven de ontwerpers bij elke opdracht naar de nodige vrijheid voor zichzelf. Er zijn natuurlijk de begrenzings van budget en doelgroep, maar daarbinnen moet toch veel mogelijk zijn. Koduijn spiegelt zich niet aan de mores van veel grote ontwerp bureaus. 'Het hoeft voor ons allemaal niet zo strikt en streng', zegt Karin van Duijnhoven. 'Ook niet, of juist niet, bij huisstijlen. Al die do's and don't's. Het is zoals een van de columnisten van Publish het in een vorig nummer zei: als mens kleed je je ook de ene keer in spijkerbroek, de volgende keer in mantelpak. Dressed to the occasion. Maar jij bent nog steeds degene die zich presenteert. Durf dat maar eens als ontwerper of als klant. Ik denk wel eens dat die grote, uitgewerkte huisstijlhandboeken uit een soort angst gemaakt zijn. Angst dat een klant met een ontwerp aan de haal gaat. Maar ja, dat doen ze toch wel. Dan kun je beter wat vrijheid inbouwen.' ■