

Den Haag, 1 september 2008 – Het Museum voor Communicatie in Den Haag heeft per 1 september een nieuwe huisstijl. Ontwerpbureau Lava uit Amsterdam ontwierp een visuele identiteit voor het museum waarin de kern van communicatie naar voren komt.

Tien jaar zelfstandig, tijd voor een nieuw gezicht

Tien jaar geleden verzelfstandigde het toenmalige PTT Museum, kort daarna kreeg het de naam Museum voor Communicatie en werd een logo geïntroduceerd dat was afgeleid van het oude PTT beeldmerk. Inmiddels is het museum uitgegroeid tot een plek met interactieve tentoonstellingen en workshops voor jong en oud, een plek waar externe partijen elkaar ontmoetten en inspiratie opdoen, een plek waar museumlessen voor het onderwijs worden gegeven, en meer. Deze ontwikkelingen vroegen om een nieuwe visuele identiteit.

Lava

Uit diverse bureaupresentaties werd ontwerpbureau Lava uit Amsterdam gekozen om de nieuwe huisstijl te ontwikkelen. Het bureau heeft een huisstijl ontworpen die de kern van communicatie laat zien en waarbij het logo zelf letterlijk om communicatie vraagt. Stategic Director Paul Hughes en ontwerpers Ruben Pater en Daan Hornstra voedden het museum tijdens het proces met nieuwe ideeën en scherpe reacties. "Het Museum voor Communicatie is geen instituut dat opinie of stijl dicteert, maar juist een plek die ruimte biedt voor educatie, inspiratie en creatie. Het is uiteindelijk de interactie met bezoekers, de communicatieprofessionals en de verzamelaars die het museum haar identiteit geeft.", aldus Hughes.

Logo en kleuren

Het nieuwe logo bestaat uit de naam van het museum in het font Antique Olive, waarachter stippellijntjes ruimte laten om een extra boodschap mee te geven. Het logo wordt nooit 'leeg' gebruikt, maar is altijd gevuld met een bericht. Dit bericht kan handgeschreven zijn, getekend of een beeld bevatten. Voor standaard uitingen gebruikt het museum het lettertype Flood in het logo. In de huisstijl worden vier vaste fluorkleuren gebruikt: blauw, groen, roze en oranje. Hiervoor is gekozen, omdat fluorkleuren in de praktijk communicatie altijd extra kracht geven (denk aan markerstiften). Deze fluorkleuren kunnen in campagnes worden gecombineerd met full colour druk. Het stationary is in alle fluorkleuren gedrukt, waardoor altijd combinaties ontstaan.

Noot voor de redactie, niet ter publicatie:

Neem voor meer informatie contact op met:

Museum voor Communicatie

Fanny Evers, 070 330 75 18, fevers@muscom.nl, www.muscom.nl

Lava

Ruben Pater, 020 622 26 40, ruben@lava.nl, www.lava.nl

Bijlagen:

Items, logo's, website en campagne Museum voor Communicatie.