

Nieuwe hemden voor de toekomst

Volkskrant, woensdag 24 november 2004:

Oranjarahemden. Niet de helden van Oranje, maar hun hemden staan centraal in het onderzoek dat Maaike Gottschal (vormgever) en Uli Schuster (kunstenaar) in Casco presenteren. Hoe is het voetbalshirt van het Nederlands elftal door de jaren heen veranderd? En door wie zijn die veranderingen in vormgeving van het oranjarahemd bepaald?

Gottschal en Schuster, die voor het eerst een gezamenlijk project doen, brengen de verschillende spelers in kaart: de sponsors, de voetbalbond, de coaches en de voetballers zelf. Zij lijken allen hun zegje te hebben, maar in welke mate zij bijdragen aan de vormgeving van het shirt is onduidelijk. Wel duidelijk is dat het voetbalshirt nog maar zelden slechts de nationale of lokale identiteit representeert. Voor de sponsor is het shirt immers een perfect marketinginstrument.

De presentatie van Gottschal en Schusters onderzoek krijgt in Casco drie vormen: als lezing, als boekjes en als een visuele presentatie in de tentoonstellingsruimte. De witte muren van Casco toeverden ze om tot een soort 'storieboard' van het Oranjarahemd door de tijd. Daarin spelen de verschillende vormgevingselementen (kleur, rug-en borstnummer, opgenaaide band, het nationaal embleem van de leeuw) allen hun eigen rol.

Zo is te zien hoe de kleur oranje op zes verschillende momenten in de tijd wel oranje blijft, maar steeds een andere identiteit (tint) aanneemt. Hetzelfde geldt voor de leeuw, die van een relatief figuratief element tot een nog nauwelijks herkenbaar, dynamisch abstract patroon is geworden.

Het geslaagde aan de visuele presentatie is dat je door de nummering, die aangebracht is onder elk vormgevingselement, wordt aangemoedigd heen en weer te bewegen tussen het beeld waarnaar je kijkt en de tekst

waarnaar het nummer verwijst. De tekst, eveneens aangebracht op de muur, is als een lijst noten, zoals je die vindt onder een wetenschappelijk artikel, en geeft onder andere informatie over de sponsor, de voetbalwedstrijd en het jaartal. Je kijkt, leest en kijkt opnieuw. En vergelijkt hoe het oranje van Adidas er in vergelijking met dat van Nike uitziet. Hoe de typografie van de nummers in 1974 verschilt van die in 1998. Met andere woorden: je kijkt plotseling als een ontwerper naar deze t-shirts. Het maakt dat je, zelfs als leek op het gebied van voetbal en ontwerpen, aangespoord wordt na te denken over hoe het oranjarahemd van de toekomst eruit kan zien.

Moeten we terug naar een Nederlands elftal zonder nationaal shirt, zoals in 1894 het geval was, toen elke speler het shirt van zijn club droeg? Moet het Nederlandse rood-wit-blauw weer diagonaal over de borst à la 1905? Of moet de multiculturele identiteit van het Nederlands elftal in een nieuw ontwerpvoorstel tot uitdrukking komen?

Het zijn interessante vragen in een tijd waarin de roep van rechts om een nationale identiteit toeneemt.

Roos Gortzak

Ontwerpprojecten # 1: Oranjarahemden. Casco, Utrecht.

T/m 11 december 2004. Op 25 november om 20:00 uur vindt nog een keer de lezing van de kunstenaars plaats, gevolgd door een rondetafelgesprek.