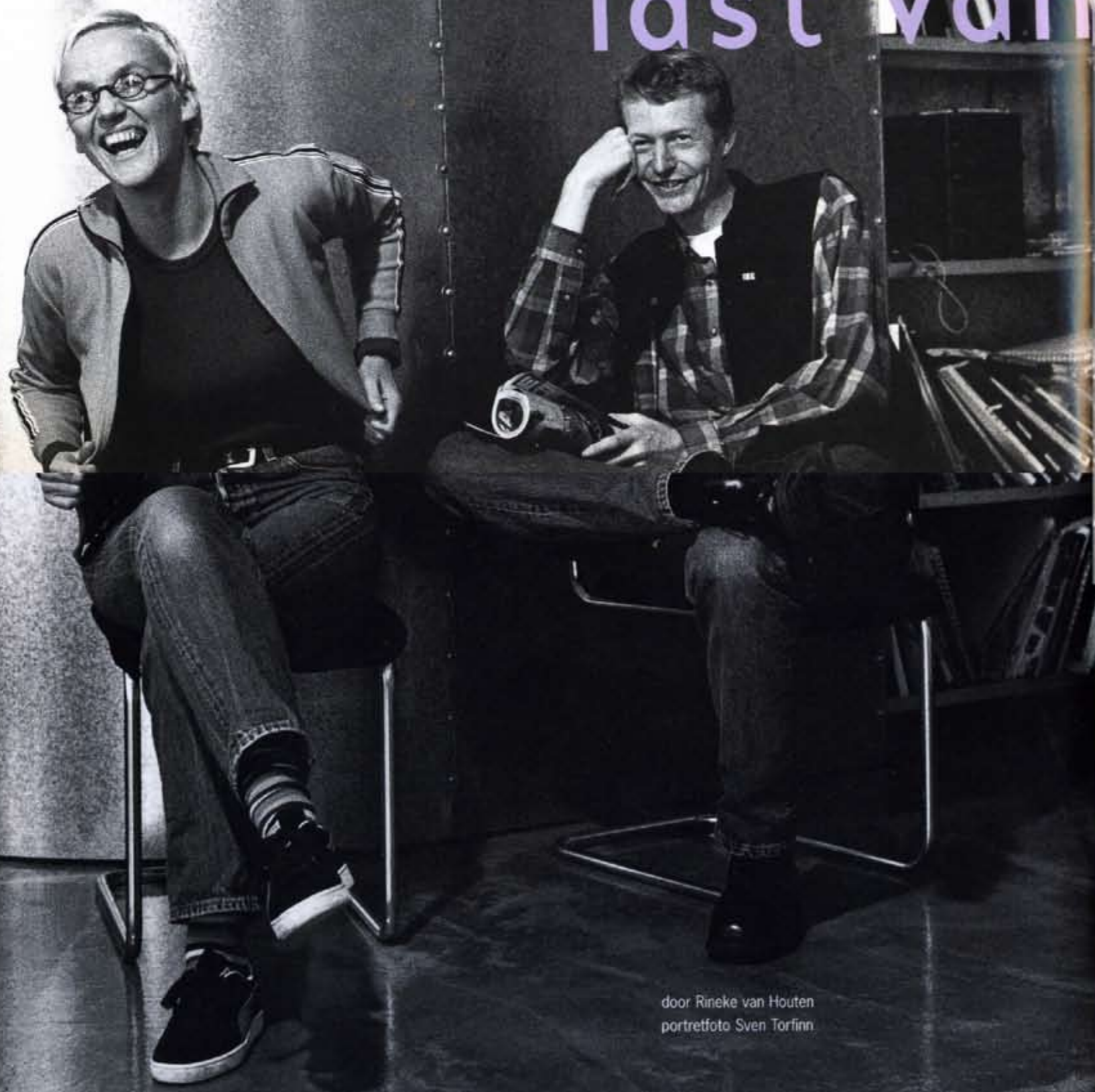


LAVA:

last van een luxe dilemma



door Rineke van Houten  
portretfoto Sven Torinn



Spread BLVD.

*Ze bestaan op de kop of zeven vette jaren, danken hun naam en groei aan de vormgeving van tijdschriften zoals Blvd., maar willen niet als magazinebureau worden beschouwd.*

*Op stapel staat de ontwikkeling van een nieuw publieksblad.*

*Maar tijdschriften blijven Lava grafisch ontwerpers dierbaar.*

*'Ze houden je alert, elke maand kun je weer revanche nemen op jezelf.'*

*Een interview.*

We hebben het imago dat we wild ontwerpen', zegt Hans Wolbers (1965). 'Toch maken we ook heel ingetogen ontwerpen. Kunnen jullie dat wel, vragen ze dan.' Greet Egbers (1963): 'Dat imago hebben we gekregen door Blvd.. Maar elk jaarverslag en jubileumboek is anders en vraagt om een andere aanpak. Wild zijn zit trouwens niet in drukte.' Hans: 'Als we zo wild zijn, zouden we niet kunnen werken voor klanten als de KLM, met strakke huisstijlen waarbinnen we vernieuwend proberen te zijn. Het type opdrachtgevers loopt van de Roxy tot en met de KLM, de rest van Nederland bevindt zich daar ergens tussenin. Alleen de overheid ontbreekt in onze orderportefeuille.'

Ze leerden elkaar kennen tijdens het laatste jaar van de kunstacademie in Utrecht. Het spoorde meteen. Na een jaar of twee werkervaring in vaste dienst begonnen ze voor zichzelf. Met 'een container vol zelfvertrouwen' huurden ze een ruimte in een van de voormalige pakhuizen aan de Amsterdamse Van Diemenstraat. Zeven jaar later heerst in de ruime en lichte studio met uitzicht op de bedrijvigheid in het IJ een geconcentreerde sfeer. De acht medewerkers die het bedrijf inmiddels telt, draaien zich met moeite van de Mac weg om zich voor te stellen. Dat is toeval, verzekert Hans. Evengoed kan er house-muziek schallen of fietst een medewerker een rondje door de studio. Lava is snel gegroeid. De acquisitie ging in het begin gepaard met een grote portie bluf. 'We presenteren ook werk dat nog nooit gedrukt was. Dat waren ontwerpen die we zelf hadden gemaakt en op prentbriefkaarten hadden afgedrukt. Brochures voor mode bijvoorbeeld, of een schoenenmerk.' De eerste opdrachtgevers kwamen echter via via binnen en na twee jaar werkten ze met stagiaires. Hans: 'Zij roken dat er veel werk was en vulden hun eigen plek in. Na drie maanden konden ze gewoon niet meer weg; sommigen zijn gebleven. Maar groei is nooit een bewuste visie geweest. We hebben



Illustratie voor reclamebureau Vaz Dias

altijd gezegd: we willen klein blijven. We hebben niet de behoefte te concurreren met de grote bureaus.' Tien is genoeg, vindt het tweetal. Hans: 'We zijn groot genoeg om complexe opdrachten aan te nemen en klein genoeg om elkaar te kennen.' Greet: 'Het meest optimale is om niet in je eentje ontwerpen te bedenken, maar je te laten beïnvloeden door anderen. Met wie je kunt lezen en schrijven. Dat kan niet met dertig mensen, want die ken je niet allemaal even goed.' Hans: 'Het verschil met enkele jaren geleden is dat de opdrachten zijn gesplitst. Er zijn creatieve units die per opdracht van samenstelling verschillen. Nu is duidelijk wie op welke klus zit en daarvoor verantwoordelijk is. Je vraagt anderen wat ze ervan vinden, je overlegt, maar doet uiteindelijk zelf wat je wilt. Belangrijk is ook de open ruimte waarin we werken. Je houdt contact, hoort en ziet elkaar. Ontwerpen is intens samenwerken en houdt niet

op bij het kiezen van een lettertype. Het gaat ook over inspiratiebronnen, film, cultuur.'

Greet herinnert zich hoe ze, toen ze nog met z'n vijven waren, hebben nagedacht over groeien of niet. 'Het heeft goed uitgepakt. Die worsteling voorbij.' Hans: 'We zijn toe aan verdieping. Alles zit op z'n plek, talent kan nu excelleren.'

#### ZELF SCHERP BLIJVEN

De constante groei heeft Lava te danken aan de tijdschriften die op de Van Diemenstraat zijn vormgegeven, zoals Credits, MAN (een paar nummers), Blvd. en verschillende bedrijfsbladen. Het ene tijdschrift genereert de opdracht voor de vormgeving van een volgende. Klein blijven en steeds meer tijdschriften in huis halen, kan dat? Hans: 'Als we in de problemen komen, zouden we nu voor de productie met freelancers gaan werken op bijvoorbeeld DTP-gebied. Dan kun je plotseling weer veel aan. Of we nemen iemand aan op projectbasis. Mensen die ons kennen, die weten hoe we werken. Werken met mensen van buiten heeft bovendien het voordeel dat we zelf scherp blijven.'

Greet: 'We doen ons best om onze eigen cultuur te handhaven. Welke dat is?' Hans: 'Dat zit 'em in alles. De manier van omgang en van samenwerken, de discussies, de lunches. Het is een sociale eenheid van mensen die verder gaat dan een werkgever-werknemer-verhouding.' Greet: 'Klanten willen ook met ons werken vanwege die cultuur, die ook bepaald wordt door de ruimte. Ze komen hier graag, blijven soms hangen zonder dat ze echt iets te doen hebben.'

#### EEN EIGEN SMOEL

Een tijdschrift waar alle medewerkers van Lava hun talenten op konden botvieren, was Blvd., het blad voor hip Nederland over muziek, mode, film en nog veel meer. De opzet was ontwikkeld door Henk Elenga, Lava nam de klus vanaf het zesde nummer over. Het werd een opdrachtgever die de medewer-



Lava bemoeide zich met kopregels, intro's; met alles



Portret-illustraties in opdracht van media partners voor AH boekje Eetcultuur

**R** MEER TIJD  
MEER KEUS  
MINDER GELD

**MOVIEZONE**

**KLASSIEKERS**

**PREMIEREFILMS**

**KINDERFILM**

**I**

**A**

**2**

**L**

**MATINEES**

**WOENSDAG**

**DONDERDAG**

**VRIJDAG**

**ZATERDAG**

**ZONDAG**

ROND 13.30 EN 15.30 UUR

**rialto**

FILMTHEATER RIALTO  
Ceintuurbaan 338  
Telefonische informatie en reservering:  
675 3994 (na 12.30 uur)  
Internet: <http://www.xs4all.nl/~rialto>

Affiche voor filmhuis Rialto

kers nog lang zou heugen. Elk nummer kwam tot stand na soms hoog oplopende discussies over het samenspel van beeld en tekst. Hans: 'De discussies gingen echt over de muren heen. Wij bemoeiden ons met kopregels, intro's die niets zeiden, hoofdredacteur Frank Bierens had commentaar op te grote of te kleine foto's. Zo konden we die opdracht heel inhoudelijk benaderen.' Greet: 'Soms maakten we ter wille van een discussie wel eens vier verschillende ontwerpen voor hetzelfde verhaal. Af en toe ruilden we hier op de studio van pagina, als we er niet meer uitkwamen. Je werd er wel eens gek van, maar we hebben heel goed samengewerkt en veel geleerd.' 'We hadden vanaf het begin de volledige vrijheid', herinnert Hans zich. Volgens de 'zapformule' van het blad kreeg elk verhaal een eigen smoel.

'Wij zijn misschien ook niet van die gridontwikkelaars', overpeinst hij. 'In geen enkel tijdschrift dat we maken, zit een star grid. Er zijn randvoorwaarden als idee en daarbinnen moet het veel kanten uit kunnen. Daarmee blijft je werk spannend.' Na drie jaar hield de samenwerking na goed overleg op. Het was mooi geweest. Blvd. was Lava op het lijf geschreven: beweging, telkens anders, breken met het traditionele en werken met alle mogelijke middelen. Evenveel ruimte kreeg het ontwerp bureau voor het maken van een 'boek van de toekomst' ter gelegenheid van bloemenveiling Aalsmeer. Elke spread van Bloemrijk is anders vormgegeven, op basis van kindertekeningen en met strips, computer-, knip- en plakwerk tot en met de ouderwetse aardappelstanstechniek.

'Door de zapformule krijgt elk verhaal een eigen smoel'

Roxy-flyer (voor- en achterkant)  
Koffiepot eruit gestanst  
Het stansgat vertelt je alles over de after-party

