

DE SPOREN VAN DE NS



Twee boeken die verschenen ter gelegenheid van het 175-jarig bestaan van de Nederlandse spoorwegen laten zien hoe de NS een stempel op ons land heeft gedrukt.

Een publieke dienstverlener van een dergelijke omvang manifesteert zich alom. Niet alleen in de trein en in en om de stations, maar ook daarbuiten, via communicatie en pr. Het spoor spreekt tot de verbeelding en heeft onder meer een van de oudste fanclubs in het land, de Nederlandse Vereniging van Belangstellenden in het Spoor- en tramwegwezen (1931), opgeleverd.

De groei van de spoorwegen in de tweede helft van de negentiende eeuw leidde tot een landelijk dekkend net met uiteindelijk een enkele exploitant. De NS was eerst een tarieven- en belangengemeenschap en ging in 1938 verder als een samenvoeging van vier spoorwegbedrijven. Uitstraling van de NS en de vormgeving werden mede beïnvloed door de tijdgeest, de financiële mogelijkheden en de wensen. De ontwerpogaven veranderden door nieuwe eisen, technieken en materialen, en wisselende goederen- en passagiersstromen. Lijnen en stations kwamen of verdwenen. Het station kreeg een andere functie en werd daarbij steeds meer onderdeel van de stedenbouwkundige omgeving.

Ontwerpen aan het spoor biedt een fraaie staalkaart van het naoorlogse ontwerpen door NS, zowel rond station, trein en lijn als rond kunst en communicatie, met goed gekozen voorbeelden en inzichtelijke

inleidingen zonder veel jargon. De ontwerpers binnen de NS, na verloop gebundeld in de Dienst Design, moesten aanvankelijk hun positie bevechten ten opzichte van technische diensten die over de bouw en inrichting van stations en treinen en de aanleg van lijnen gingen. Maar al gauw koos de directie ervoor, mede vanwege imagebuilding, om bijvoorbeeld treinmaterieel samen met spraakmakende buitenlandse designers te laten ontwerpen. Kort voor 1940 was men al dat spoor opgegaan met de Diesel III, een eigen ontwerp dat aansprak: ingenieurskunst die 'hoewel modern, de schoonheid van het Hollandsche landschap verhoogt'.

De jaren zestig vormden een periode van bezinning en heroriëntatie onder invloed van dalende reizigers-aantallen en financiële verliezen. Het leidde mede tot een eerste eigen *corporate identity* (1968), en uiterlijk bleef vervolgens op de kaart staan. Kunst was daarbij een hulpmiddel, hoewel de kunstuitingen soms een beperkte levensduur kenden als gevolg van modernisering en verandering.

De weerslag van deze vormgeving staat centraal in het vuistdikke jubileumboek *Het Grote Spoorboek*, dat als officiële uitgave bij de tentoonstelling *Iconen van het spoor* in het Spoorwegmuseum Utrecht verscheen. Hier zien we het spoorwegbedrijf in actie: beambten en ander personeel, maar ook passagiers. Meestal hebben de laatsten amper weet van de ontwerpinspanningen van de omgeving waarin zij als gebruiker verkeren. (GvH)

HET GROTE SPOOR BOEK | 368 Blz. | € 49,95

ONTWERPEN AAN HET SPOOR | 184 Blz. | € 44,50



Het station Bilthoven tijdens het stoomtijdperk, circa 1938



Normblad met pictogrammen voor in de stations, 1968.