

## Nieuws

ARCHITECTUUR HOLLANDSE WATERLINIE

# Kindereen zetten kroon op Fort Asperen

Een nieuw veelkleurig koepeldak moet een oud Waterlinie-fort beschermen tegen de regen. Architect Peter van Assche liet kindertekeningen afdrukken op de lichtdoorlatende dakpannen.

**Kirsten Hannema**  
Amsterdam

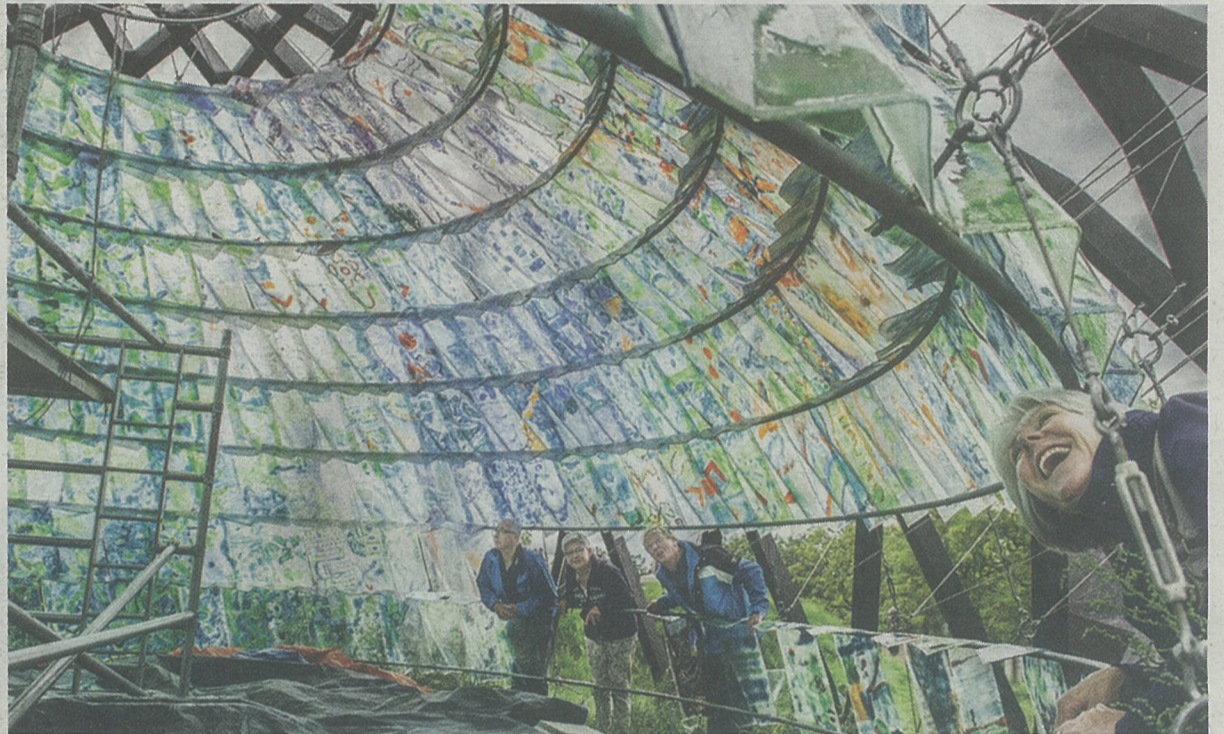
Dit is het mooiste werk van de hele tentoonstelling, zegt een bezoeker aan de internationale kunstmanifestatie *Gimme Shelter*, die momenteel op Kunstfort Asperen te zien is. Stomverbaasd is hij, als architect Peter van Assche van Bureau SLA vertelt dat de imposante glaskoepel boven de lichtschacht helemaal niet bij de expositie hoort. Strikt genomen is de gekleurde koepel ook een functioneel ding, gebouwd om de lichtschacht in het hart van het pas gerenoveerde fort tegen regen te beschermen. Maar Van Assche heeft er een waar kunstwerk van gemaakt. Samen met zeshonderd kinderen, die ieder een gekleurde glazen dakpan ontwierpen, heeft hij een ruimte als een caleidoscoop gecreëerd. Reden te meer om te gaan kijken op het Kunstfort, tijdens de fortenfestival dat dit weekeinde van start gaat.

De koepel op Fort Asperen staat niet op zichzelf. Door heel Nederland verrijzen opvallende bouwwerken op en naast verbouwde forten. Op Fort Werk aan het Spoel bij Culemborg en Fort Diemerdam vind je tegenwoordig hippe horecapaviljoens, voor forten bij Halsteren en Bergen op Zoom ontwierp architectenbureau Ro&Ad spectaculaire brugconstructies. En op Fort Vechten opent op 10 oktober het Waterliniemuseum, de bekroning van het Nationale Project Nieuwe Hollandse Waterlinie dat in 1999 begon.

Wat de projecten gemeenschappelijk hebben, is dat zij het militair erfgoed - ooit ontworpen om verborgen te blijven - toegankelijk willen maken voor een breed publiek. Dat lijkt vanzelfsprekend: je laat de ophaalbrug naar beneden en de mensen stromen toe. Maar zo werkt het niet, weet architect Van Assche. 'Die forten zijn ruim honderd jaar niet in gebruik geweest. De vraag is: hoe maak je ze weer onderdeel van het collectief geheugen? Ik geloof dat je dat niet alleen met sprekende beelden en culturele voorzieningen doet, maar vooral ook door mensen bij projecten te betrekken.'

Van Assche heeft al de nodige ervaring met 'participatiearchitectuur'. In Amsterdam bouwde hij met behulp van crowdfunding en marktplaatsmaterialen de veelgeroemde Noorderparkbar. Daarnaast komt binnenkort een paviljoen met gevels gemaakt van gerecycled plastic afval, dat door buurtbewoners verzameld wordt en omgesmolten tot leien.

Voor de koepel op fort Asperen benaderde hij basisscholen uit de buurt. Ieder kind mocht een grote tekening maken, waarvan een vierkante decimeter op een dakpan is afgedrukt. De glazen pannen zijn vervolgens op kleur en patroon gesorteerd. Dat laatste was cruciaal om een aantrekkelijk eindresultaat te krijgen, vertelt Van Assche. 'Als ik eerlijk ben, was niet elke werkstuk even fraai; en uiteindelijk wilden we niet het effect van een muur vol kindertekeningen. Door het sorte-



Het dak op Fort Asperen, dat op 26 september officieel in gebruik wordt genomen.

Foto Koen Verheijden

ren introduceer je een nieuwe orde - een bepaald abstractieniveau, waardoor de dakpannen een geheel gaan vormen.'

De vraag die de architect zichzelf nu stelt: levert het werken met amateurontwerpers slechtere of betere architectuur op? 'Ik denk dat de tijd van de architect als alwetende autoriteit

sowieso voorbij is, dat zie je aan het groeiende aantal Do It Yourself-projecten en de toename van collectief particulier opdrachtgeverschap. Bewoners bemoeien zich bij dat soort projecten per definitie met jouw ideeën. Tot nog toe heeft het mij verrast; deze koepel is beter geworden dan ik hem zelf had kunnen bedenken.'

Fort Asperen is nog open t/m 30/9: woensdag t/m zondag, van 11.00-17.00 uur.  
kunstfortasperen.nl  
Kunstmanifestatie Gimme Shelter, in Asperen, Nieuwersluis en Vijfhuizen, t/m 20/9.  
gimme-shelter.nl  
Fortenfestival, 4-13/9. fortent.nl

DESIGN NIEUW LOGO

## Wat verliest Google met Google?

**Bob Witman**  
Amsterdam

In het nu wel of niet een verbetering, dat nieuwe Google logo? Het is in geval een rigoureuze aanpassing die de Amerikaanse media-moloch dinsdag doorvoerde. Google knipte zijn kleurige partyletters bij tot een veel strakker woordbeeld. Product Sans, heet de nieuwe letter. Hij is schreefloos (geen uitsteeksel aan de letters), kent geen dik-dunverloop en is bijna volmaakt geometrisch. Alleen de kleuren zijn gebleven.

Het meest frivol is het gekantelde dwarsstokje in de onderkast 'e', die van de klinker een lachebekje maakt. Dat deed in Nederland iedereen aan het logo van Heineken denken. 'Hi Google you've inspired us too', reageerde Heineken gisteren alert op Twitter, met een Heinekenlogo erbij, uitgevoerd in de Googlekleuren rood, blauw, geel en groen. De aanpassing van het bedrijfslogo past volgens merkdeskundige Felix Janssens in de trend om een neutraal letterbeeld te kiezen dat op alle onlineplatforms, van

iPad tot smartphone, stabiel oogt, zoals Trivago en Airbnb al deden. 'Maar Google is meer. Het is onderdeel van ons dagelijks leven. Die emotionele verbinding ontbreekt in het nieuwe logo.' Het oude logo was volgens Janssens meer een speeltuin. 'Het had meer eigenheid.' Dat had best overleind kunnen blijven: 'Google is groter dan zijn services. Het kan zich wat veroorloven, maar ze hebben verzuimd een voorsprong op de tijd te nemen, een inspirerende belofte te bieden.' Ook andere Nederlandse deskun-

digen zijn kritisch. 'Ik zie vooral beginnersfouten', zegt Paul van der Laan, die letters ontwerpt voor Audi, General Electric en VPRO. 'De letters zijn allemaal even dik, waardoor de kapitale 'G' optisch dunner lijkt dan de onderkastletters.' Het streven naar volledige geometrie - letters als de 'e' en 'g' trachten perfect rond te maken - leidt volgens hem ook tot een onnodig onnatuurlijk beeld. 'Het is echt niet goed gedaan. De letter oogt als een groot compromis. Het oude logo had veel meer

associatie met het startup gevoel. Jongens die vrij denken. Ik mis die gekke sierlijke oude onderkast 'g'. Daardoor kon je Google uit duizenden herkennen.' Toch zijn er ook fans van het schreefloze logo. 'Ik zie zes letters die een jonge, dynamische creativiteit vertegenwoordigen - een begrip waar dit bedrijf op is gebouwd', schrijft webdesigner Derreck Johnson van het Amerikaanse internetmagazine *Slate*. Het nieuwe logo oogt in ieder geval frisser dan die 'ietwat middeleeuwse' oude look.

ADVERTENTIE

18/29  
nov  
2015  
idfa



## 500 films op IDFA.tv!

Een mooi moment om stil te staan bij de beste, mooiste, ontroerendste en meest onderhoudende documentaires online. Volg Morgan Knibbe's poëtische adelaarsblik op vluchtelingen in *Those Who Feel the Fire Burning*, leef mee met een door de Atlantische Oceaan gescheiden adoptietweeling in *Twin Sisters* en geniet van onnavolgbare voetbalacties en levenswijsheden in *The King - Jari Litmanen*. Of open een van de andere 497 vensters op de wereld. ► [www.idfa.tv](http://www.idfa.tv)