

20 JAAR

GRAFISCHE VORMGEVING

IN KWINTESSENS

Kaleidoscopisch ongeregeld

Op een dag krijg je de vraag om een artikel te schrijven over de vormgeving van 20 jaar *Kwintessens*. Je kan je gemakkelijkere opdrachten voorstellen. Eerst even netjes chronologisch rangschikken, denk je dan. Klus snel geklaard, want alle nummers glimlachen mij simpelweg toe vanop de boekenplank. Op één na, want blijkt nu net dat het nummer dat in een vorig leven ontworpen werd door Johan Jacobs en ondergetekende, ontbreekt. Niet dat ik het snode plan zou opvatten – God beware jullie – om over dat nummer te schrijven. Dat zou niet kosjer zijn, maar zo blijven mijn ex-collega en ikzelf dan toch wel netjes buiten schot. Alhoewel, om het met een politiek correcte slogan te stellen: ‘zelfkritiek eerst’. Het lijkt mij een bruikbaar levensmotto.

Tot zover. Eerst even rangschikken dus, netjes van jaargang tot jaargang, van nummer tot nummer. Dit chronologisch ordenen is niet erg raadzaam, wetende dat elk nummer fundamenteel anders is, en ook weinig praktisch, omdat alle nuttige info zoals jaargang en volgnummer steeds én bijna per definitie op een andere plek opduikt. De jaargangen dan nog eens in Romeinse cijfers, ook al niet mijn sterkste kant. Ik wentel, draai, blader van voor naar achter en weer terug, tot enige moedeloosheid zich nestelt. Maar ach, die chronologische volgorde: daar ligt toch eigenlijk niemand wakker van. Het is trouwens ook onmogelijk om alle nummers met elkaar te vergelijken. Eerst was *Kwintessens* gewoon een geniet magazine met een beperkt aantal pagina's, meestal 48. Nu is het een flink uit de kluiten gewassen publicatie met soms 120 binnenbladzijden, netjes

afgewerkt met een rechte rug en met steeds variërende papierkwaliteiten en verfijnde afwerkings- en veredelingstechnieken. Laat ik mij door dit laatste vooral niet misleiden, denk ik dan prompt.

Deze verkenning – eigenlijk meer een odyssee – kan pas worden voltooid na een grondige inspectie. Want je ontdekt niet meer of minder dan een kaleidoscopisch beeld van grafisch ontwerp Vlaanderen van de laatste twee decennia. Meteen herinner ik mij dat – wanneer er weer een nieuwe *Kwintessens* in de bus viel – ik er een soort sport van maakte om te raden wie de grafisch ontwerper in kwestie was. Want het volgende moet je weten: van bij de start besliste de redactie om de opmaak van elk nummer aan een andere grafisch ontwerper toe te vertrouwen. Een slimme zet en best ook wel een moedige keuze, want hoe bouw je het gezicht op van een magazine

dat steeds wijzigt? Anderzijds is het ook geen evidentie om als een organisatie zoals Design Vlaanderen (voorheen VIZO-Dienst Vormgeving) een zichtbaarheid te creëren voor grafische ontwerpers. Andere vormen van ‘design’ drummen immers al te vaak grafisch ontwerp in een verdomhoekje – volledig onterecht trouwens – maar dit magazine geeft hen wel deze zichtbaarheid, en dat is een mooie en relevante verdienste.

Maar vergis je niet: *Kwintessens* ontwerpen is geen gemakkelijk cadeau, want er schuilt steeds wel een addertje onder het gras. Ondanks de inventiviteit en de vakkennis (ja, dit woord mag nog steeds gebruikt worden) van de ontwerper in kwestie, kan dit ook een regelrechte wandeling slachtbank worden. Want je kan je nauwelijks een moeilijker opdracht

voorstellen dan de vormgeving te verzorgen van een magazine dat zichzelf bij elk nieuw nummer opnieuw uitvindt, of dit alvast tracht te doen. Toegegeven, de redactiefomule ligt vast, ook al evolueerde ook deze sterk doorheen de tijd. Oef, denk je dan als lezer, toch enige structuur. Anderzijds moet je als lezer ook wel een echte *die hard* zijn, want geef toe: we zweren toch allen bij de vertrouwde bladspiegel van onze dagelijkse krant? Denk maar even aan de heisa die ontstaat als het lettertype of de lay-out verandert. Carte blanche voor de ontwerper is niet meteen wat de lezer voor zichzelf wenst. Ik kan er mij iets bij voorstellen: het gewauwel of zelfs de scheldtirades die ontstaan bij het bekijken van zoveel ‘eclectisme’ afgewisseld met ‘non-conformisme’ of net ‘rigide structuraliteit’.



4/1994, Luk Mestdagh



4/2009, Jan W. Hespeel & Randoald Sabbe

inside me. But what the heck; nobody really cares about the chronological order. It is, after all, also impossible to compare every issue with one another. *Kwintessens* was initially just a stapled magazine with a limited number of pages, usually 48. These days, it's a sturdy publication, sometimes consisting of 120 pages, neatly finished off with a hard spine and always with varying paper quality, sophisticated finishing and refinement techniques. Let me especially not be misled by the latter, I suddenly think.

This exploration – actually more of an odyssey – can only be completed after thorough inspection. Because you discover no more or less than a kaleidoscopic image of a graphic Flanders from the last two decades. I immediately remember that – when the new *Kwintessens* arrived in the post – I played a sort of game with myself to guess who the featured graphic designer was. Because you must know the following: right from the start, the editorial team decided to entrust the layout of each issue to a different graphic designer. This was a clever move and also

a rather courageous one because how do you develop the image of a magazine that is constantly changing? On the other hand, it is also not simple for an organisation such as Design Flanders (previously VIZO-Design Department) to render graphic designers visible. After all, other forms of design all too often push graphic design into a forgotten corner – completely unjustifiably so, by the way – but this magazine does indeed provide them with more visibility, which is to be merited because it is both splendid and relevant.

But make no mistake: Designing *Kwintessens* is by no means a walk in the park because there's always a snake hiding in the grass somewhere. Despite the relevant designer's inventiveness and expertise (yes, this word is still allowed to be used), this can also become a path straight to the slaughterhouse. Because one can hardly imagine a more difficult task than designing a magazine that re-invents itself with every new

issue, or at least attempts to do so. Granted, the editing formula is laid down, even though this has also experienced a marked evolution over the course of time. Whew, you think as a reader, at least there is some sort of structure! On the other hand, you must also be a *die-hard* reader because you must admit, don't we all swear by the trusted type page of our daily newspaper? Just stop to think a moment about the fuss caused by a change in font or layout. Carte blanche for the designer is not always what the reader desires. I can just imagine it: the craziness or even cursing and swearing that stems from viewing so much “eclecticism”, alternated with “non-conformism” or even “rigid structurality”.

20 YEARS

OF GRAPHIC DESIGN

IN KWINTESSENS

Kaleidoscopically irregular

HUGO PUTTAERT

One day, you're asked to write an article on 20 years of *Kwintessens*. You could probably think of easier tasks. Well then, start by putting everything in chronological order, you think. Mission quickly accomplished because every issue is just sitting there smiling back at you from the bookshelf. Except for one, that is, seeing that it now appears that it is precisely that issue that was designed in a previous life by Johan Jacobs and yours truly that is missing. Not that – God forbid – I would pursue that wicked plan to write about that issue. That wouldn't be kosher, and that's how my former colleague and I

keep well out of range. Although, to put it in terms of a political slogan: “self-criticism above all else”. It seems a useful life motto.

So far, so good. So, let's start by putting everything neatly in order, from one volume to the next, in numerical order. This chronological arrangement is not really to be recommended, knowing that each and every issue is fundamentally different, and also not very practical because all the useful information, such as volume and number, always and almost by definition, pops up in a different place. And, what's more, the volumes are in Roman numerals, which is also not one of my strong points. I rotate, turn, page through from front to back and back again, until a certain despondency settles

Diversiteit alom dus. Het is moedig en het strekt tot eer om dit als organisatie zo lang vol te houden. Visionair haast.

Maar meer nu over die ‘adder’, die spreekwoordelijke ‘angel’. Even ter verduidelijking: redactionele vormgeving of *editorial design* – want dit is waarover we praten – is een archi-moeilijk vak, misschien wel één van de moeilijkste subdisciplines uit het brede spectrum dat de discipline van grafisch ontwerp rijk is. Vooreerst is er de profileringsdrang. Elke grafisch ontwerper weet dat er duizend ogen over zijn schouder meekijken en wil dan ook zo sterk en inventief mogelijk uit de hoek komen, in deze context te begrijpen als: ‘trek alle registers open’, ‘open die trukendoos’, ‘gooi op tafel dat talent’! Maar wat gezegd over opbouw, structuur, grid, helderheid, narrativiteit, typografie, beeld en – *last but not least* –

leesbaarheid? Deze mix van inhoudelijke, esthetische, vormtechnische en technische vereisten (qua papier, druk, afwerking) maken nu juist dat moeilijke van ‘redactionele vormgeving’ uit. Een fris en functioneel designmagazine ontwerpen is dus aarts-moeilijk, en dat blijkt ook uit de resultaten.

Bovendien is het vakgebied van grafisch ontwerp zo razendsnel geëvolueerd – denk maar eens aan de onbeperkte typografische mogelijkheden en de zeer geavanceerde opmaakprogramma’s – en daarom is het soms wat gênant om de eerste nummers te vergelijken met de latere, die doorgaans vakkundiger zijn gemaakt. Maar ook bij de eerste nummers zitten pareltjes. Een magazine is, net zoals andere media, een perfecte afspiegeling van zijn tijd. Zo ook *Kwintessens*. Intussen passeerden reeds tientallen ontwerpers de revue, allen geselecteerd uit de

pool van Design Vlaanderen. Wat logisch is, gezien de werking van de organisatie, maar echt relevant vind ik het niet. Hoe bewijst een grafisch ontwerper trouwens nog zijn actuele kwaliteiten wanneer hij pakweg twintig jaar geleden werd geselecteerd?

Ik kom trouwens ook net tot de ontdekking dat een behoorlijk aantal ontwerpers al twee nummers voor hun rekening hebben genomen, maar, *soit*, wellicht bekijken ook sommigen met een zeker schaamrood op de kaken hun vroegere werk. Dat is maar logisch en gezien de evoluerende tijdsgeest mag dit geen probleem vormen: de drang naar verbetering, naar evolutie, naar vernieuwing, is een noodzakelijke *drive*, die alles in een constante beweging houdt. De gène moet trouwens ontzettend veel groter zijn bij bijvoorbeeld architecten, van wie schabouwelijke miskleunen onze land-

schappen mensenlevens lang ontsieren. De beperkte houdbaarheid van grafisch werk geeft de ontwerper gelukkig heel wat meer speel- en ademruimte.

Het is niet de bedoeling om hier een proces te maken – wie ben ik om dit te doen? – en bovendien zou je hier ook een extra nummer van *Kwintessens* aan kunnen wijden, maar er zijn wel een aantal zeer opvallende dingen te merken. Je kan doorheen de jaargangen van *Kwintessens* langzaam nieuwe generaties grafische ontwerpers zien opstaan, sommigen met bijzonder inventieve en doordachte ingrepen, maar ook anderen die in krampachtige pogingen naar originaliteit of profileringsdrang roemloos ten onder gaan. Wat dacht je bijvoorbeeld van gele, gerasterde tekst in een piepkleine corpsgrootte? Of het lettertype American Typewriter Std Light in een gerasterd geel op een bloedrode achtergrond? Hoofdpijn én ergernis verzekerd, maar gelukkig

zijn dit uitzonderingen. Er zijn ronduit machtige covers te bespeuren, afgewisseld met matig binnenwerk, en omgekeerd. Het is er allemaal, het hele spectrum. Er zijn eveneens een aantal ‘meesterwerken’, want ja, magazines kunnen soms ook ‘meesterlijk’ zijn. Kortom, *Kwintessens* is een encyclopedische *tool* voor docenten geworden om aan te tonen hoe breed het scala aan oplossingen wel kan zijn, en af en toe ook wel in de zin van: zo moet het zeker niet. En bovenal: de kennis over en de aandacht voor typografie gaat crescendo! Hoera!

Niet dik, wel fris

De eerste reeks, de nummers zonder rechte rug, werden duidelijk gerealiseerd met een beperkt budget, wat te zien is aan de dikte, de papierkeuze en de druk- en afwerkingstechnieken. Toch zijn hier zeer interessante nummers bij. Onmogelijk om ze hier allemaal de revue te laten pas-

seren, maar die van Filiep Tacq (1/1992) en van Jo Klaps (1/1993), met een heel sterke cover, blijven hangen. Het eerste nummer van 1996 van Michaël Samyn (eigenlijk een multimedia-kunstenaar avant la lettre) is hilarisch. De typografie is abominabel en quasi onleesbaar, maar toch spettert dit nummer – in het zog van de Amerikaanse cultontwerper David Carson – door een zeer bizar kleur- en vormgebruik. Er zijn ook nummers met een zeer zuivere en strakke opbouw en met gewaagd grote titels, zoals die van Erik Desombere, en verder ook erg sterke spreads en covers van onder meer Nicole Vandeveldel & Michel Van Beirendonck, Miet Marneffe, Rob Buytaert, Carl Cruysberghs & Annemie Vandezande en Thomas Soete.

yellow 45%



4/1995, Herman Lampaert & Visu-L



1/2010, Ronny Duquenne

So diversity all around. It is brave and does one proud to have had this organisation persevere for so long. Almost visionary.

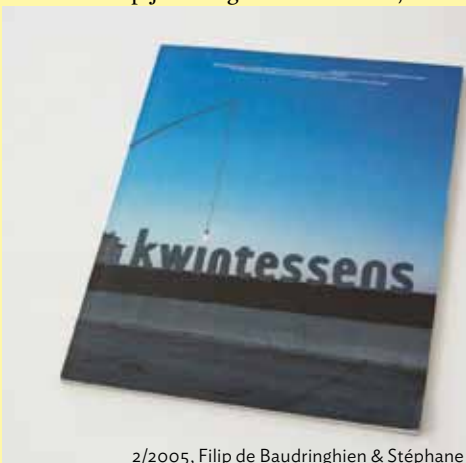
But let us speak more about that “snake”, that proverbial “sting”. Just to clarify: editorial design – which is what we’re talking about here – is an extremely difficult subject, perhaps one of the most difficult sub-disciplines from the broad spectrum making up the graphic design discipline. Firstly, there is the urge to profile oneself. Every graphic designer knows that there are a thousand eyes looking over his or her shoulder and therefore he or she also wants to make as an inventive an impression as possible, which is to be understood in this context as: “put out all the stops”, “open up that box of tricks”, “put that talent out there”. But what is there to be said of composition, structure, grid, clarity, narration, typography, image and – last but not least –

legibility? This mix of contextual, aesthetic, design-technical and technical requirements (for paper, printing and finishing) are exactly what makes editorial design so difficult. Designing a fresh and functional design magazine is therefore awfully difficult, as is clear from the results.

In addition, the subject matter of graphic design has developed at an amazing speed – just think of the unlimited typographic possibilities and extremely advanced design programs – which is why it is sometimes a bit embarrassing to compare the first issues with later ones, which are generally much more skilfully put together. But there are also little gems among the first issues. As is the case with other media, a magazine is a perfect reflection of its time. So is *Kwintessens*. In the meantime, quite a few designers have been under review, all selected from

the Design Flanders pool. Which is logical, in light of how the organisation functions, although I don’t believe it’s really that relevant. How does a graphic designer in fact still prove his real qualities when he was selected, say, 20 years ago?

In fact, I have also only just discovered that a substantial number of designers have already taken responsibility for two issues but, whatever, maybe some of them also blush a little when they regard their earlier work. That is only logical and, in light of the evolving spirit of the times, it shouldn’t pose a problem: the urge to improve, evolve and renew provides an essential drive which keeps everything in perpetual motion. The embarrassment must indeed be immensely and far greater with architects, for example,



2/2005, Filip de Baudringhien & Stéphane de Schrevel (Type Jamming)



1/2010, Ronny Duquenne



3/2005, Sara De Bondt

Not heavy, but fresh

The first series, the issues without hard spines, were clearly made with a limited budget, which is to be seen by the thickness, choice of paper, printing and finishing techniques. Nevertheless, they include extremely interesting issues. It is impossible to comment on all of them here, but those by Filiep Tacq (1/1992) and Jo Klaps (1/1993), with an excellent cover, come to mind. The first issue in 1996 by Michael Samyn (actually a multimedia artist before the term existed) is hilarious. The typography is abominable and almost illegible, and yet this issue still manages to make a splash – in the wake of the American cult designer David Carson – through the extremely bizarre use of colours and shapes. There are also issues composed in a very pure and austere manner and having daringly large titles, such as the one by Erik Desombere and, furthermore, also excellent spreads and

whose dismal blunders have been an eyesore on our landscapes for generations. The limited lifespan of graphic work luckily gives the designer slightly more leeway and breathing room.

The intention here is not to have a trial – who am I to do this? – and anyway, you would also be able to dedicate an additional issue of *Kwintessens* to this, although there are indeed a number of extremely noteworthy things to be found. You can gradually see new generations of graphic designers arise as the *Kwintessens* volumes progress, and some of them have done so with particularly inventive and well-considered actions, while there are also others who, in their frenetic attempts at originality or in an urge to profile themselves, fail ingloriously. For example, what do you think of half-tone yellow text with a minuscule

x-height? Or the American Typewriter Std Light font in half-tone yellow on a blood red background? Headache and annoyance assured, although luckily, these are exceptions. There are truly tremendous covers to be found, alternated by moderate inside pages and vice versa. Everything is there, the entire spectrum. There are also a number of “masterpieces” because yes, magazines can also sometimes be “masterly”. In brief, *Kwintessens* has become an encyclopaedic tool for lecturers to show how broad the range of solutions can indeed be, and every so often also in the sense of how things should definitely not be done. And, on top of it all, the knowledge of and attention to typography is going crescendo! Hurra!

1. 1/1992 FILIEP TACQ (VISION & FACTORY)
2. 1/1993 JO KLAPS (VISION & FACTORY)
3. 1/1996 MICHAEL SAMYN (ZIPPENGRAPHY)
4. 1/1992 ERIC DESOMBERE
5. 1/1993 JO KLAPS (VISION & FACTORY)
6. 2/1993 ERIC DESOMBERE
7. 1994 THOMAS SOETE
8. 4/1994 VAN DER HAEGHE & VAN DER HAEGHE
9. 1/1994 MIET MARNEFFE
10. 2/1994 MIET MARNEFFE
11. 3/1994 HUGO PUTTAERT (VISION & FACTORY)
12. 4/1994 LUK MESTDACH
13. 1/1995 ARNE FREYNAERT (CCIN-APT)
14. 2/1995 LIA SCHELKENS
15. 3/1995 JOHN DEPOOTER (CCIN-APT)
16. 4/1995 HERMAN LAMPAERT & VISU-L
17. 1/1996 MICHAEL SAMYN (ZIPPENGRAPHY)
18. 2/1996 ANNE VAN DAMME
19. 3/1996 ERIC DESOMBERE
20. 4/1996 MIET MARNEFFE
21. 1/1997 ROB BUYTAERT, CARL CRUYSSBERGHS & ANNEMIE VANDEZANDE



22. 2/1997 JESSIKA L'ECLUSE

Ik wil echter even dieper ingaan op het nummer 4/1994, over nieuwe technologieën. Het is ontworpen door Luk Mestdagh met fotografie van Lieven Herremen. De cover is functioneel opgevat en blijft niet 'hangen', dit in tegenstelling tot het binnenwerk, dat gewoonweg indrukwekkend is. Mestdagh verbindt hier de Bauhaus-gedachte (en de composities van Piet Zwart in Nederland) met de aankomende 21ste eeuw. Doorheen het hele nummer zijn fluoblauwe en fluoroze structuren, vlakken en titels gedrukt over de tekst en het beeld. Mestdagh maakt hier met deze visionaire opmaak – tegendraads zoals hijzelf – de aansluiting met de huidige generatie. Daarom is dit wat mij betreft één van de beste edities ooit, en hiermee toont Mestdagh hoe invloedrijk zijn werk is.

Een ander nummer van één van onze coryfeeën is dat van de hand van Herman Lampaert (4/1995). Het oogt weliswaar veel klassieker dan dit van Mestdagh, maar het verbindt wel het typische typografische paradigma van de jaren 70 met dit van de late jaren 90. De cover is opvallend: twee handen houden – lang voor deze manier van portfoliopresentatie populair werd op het internet – het magazine open en de typografie kletst – foutief gesplitst! – recht in je gezicht. Zonder compromis, geen grijsheid te bespeuren hier, al is de cover wel grijs en zwart en een tikkeltje rood. Herman Lampaert was samen met Christian Lapinne ook de auteur van de spraakmakende catalogus *50 jaar Grafische Vormgeving in Vlaanderen*, die in 1998 werd gepubliceerd naar aanleiding van *In koeien van letters*, de eerste en nog steeds enige overzichtstentoonstelling van naoorlogs grafisch ontwerp in Vlaanderen.

En toen kwam de rechte rug

Natuurlijk is er geen sprake van een tweede 'reeks', feit is echter wel dat sinds het magazine dikker werd en dus de rug rechter en voller, ook de afwisseling van papier, textuur en druktechniek een belangrijke rol begon te spelen. Die dingen vormen natuurlijk een fijne uitdaging voor de ontwerper in kwestie, maar soms wordt het ook als een schraal excuus gebruikt voor het ontbreken van een concept. Je kan dan de bedenking maken of een magazine überhaupt een concept dient te hebben. Maar zonder een concept is er ook geen accurate drager van informatie. Het concept vertaalt zich in het grid, de opbouw, de narrativiteit van taal en beeld, en natuurlijk ook in de keuze van de typografie. Naast de kennis van opmaaktechnieken en andere vormtechnische aspecten, ondersteunt een helder concept de communicatieve kracht.

Fotografie wordt ook veel prominenter en covers mogen nu meer als echte covers worden uitgespeeld. De titel 'Kwintessens' huppelt op en neer, van quasi onzichtbaar

covers by Nicole Vandevelde & Michel Van Beirendonck, Miet Marneffe, Rob Buytaert, Carl Cruysberghs & Annemie Vandezande and Thomas Soete.

However, I would just like to have a closer look at issue 4/1994, on new technology. It was designed by Luk Mestdagh with photography by Lieven Herremen. There is a functional approach to the cover and it doesn't "linger", in contrast to the inside pages, which are simply impressive. Here Mestdagh combines the Bauhaus school of thought (and compositions by Piet Zwart in the Netherlands) with the approaching 21st century. There are fluorescent blue and pink structures throughout the entire issue, fields and titles printed over the text and pictures. With this, Mestdagh makes this visionary composition – as contrary as he is – connect with the present generation. That is why, as far as I am concerned, this is one of the best issues ever and with this, Mestdagh shows how influential his work is.

Another one of our star issues is the one by Herman Lampaert (4/1995). It may look as though it is more classic than the one by Mestdagh, but it does actually link the typical typographical paradigm of the 1970s with that of the late 1990s. The cover is striking: two hands hold the magazine open – this was long before this manner of portfolio presentation became popular on the Internet – and the typography chat-

ters – hyphenated incorrectly! – right in your face. There is no compromise, there are no grey areas to be detected here, even though the cover is actually grey and black with a touch of red. Together with Christian Lapinne, Herman Lampaert was also the author of the high-profile catalogue *50 jaar Grafische Vormgeving in Vlaanderen* (50 years of Graphic Design in Flanders), which was published in 1998, pursuant to *In koeien van letters* (In extremely large print), the first, and to date only, retrospective exhibition of post-war graphic design in Flanders.

And then there was the hard spine

Of course there is no talk of a second "series", though the fact is indeed that since the magazine became thick and the spine therefore harder and fuller, the alternating of paper, texture and printing techniques also started playing an important role. These matters naturally pose a grand challenge for the designer concerned, but it is sometimes also used as a feeble excuse for a lack of concept. One can even wonder whether a magazine should have any concept at all. But without a concept, there is also no accurate information carrier. The concept is translated into the grid, composition, narration of language and image and, naturally, also in the choice of typography. Besides the knowledge of composition techniques and other design-technical aspects, a clear concept supports the communicative force.

Photography is also more prominent and covers may now be used more as true covers. The title "Kwintessens" jumps up and down, from almost invisible to very prominent. Variety is on the rise and exceedingly fascinating. We see early issues designed by Randoald Sabbe and Jan Wouter Hespeel (not yet as a team at that stage), recognisable work by the up and coming Sara De Bondt (& Chris Svensson), by Sander Vermeulen, Raf Thienpont and Studio Van Son. Filip de Baudringhien & Stéphane de Schrevel (still Type Jamming back then) designed one of the most excellent covers, if not the best. A man stands on top of a building and lights up the large letters of the title with a pear hanging from a fishing line. Two typical



4/2007, Sander Vermeulen (Fanclubproject)

tot zeer prominent. De variatie vergroot en wordt uitermate boeiend. We zien vroege nummers opgemaakt door Randoald Sabbe en Jan Wouter Hespel (toen nog niet als duo), herkenbaar werk van de opkomende Sara De Bondt (& Chris Svensson), van Sander Vermeulen, Raf Thienpont en Studio Van Son. Filip de Baudringhien & Stéphane de Schrevel (toen nog Type Jamming) ontwierpen één van de sterkste covers, zoniet de sterkste. Een man staat boven op een gebouw en verlicht met een peertje aan een vislijn de grote letters van de titel. Ook twee typische Brusatto-nummers springen in het oog, alsook deze ontworpen door onder anderen H+M, Yuri Bollaerts, Livin Mentens en Parcifal Neyt, en een zeer bizar nummer met quasi onleesbare typografische uitlijningen van Gorik Lindemans. Ook de nummers van Paul Boudens met het Boerentorengedicht, Pascal Van Hoorebeke, Mastic, Annelies Vaneycken, Koen Bruyñeel en Lodewijk Joye ogen sterk.

Brusatto issues also catch one's eye, as do those designed by, among others, H+M, Yuri Bollaerts, Livin Mentens and Parcifal Neyt, and then there is an extremely bizarre issue with almost illegible typographic alignment by Gorik Lindemans. The issues by Paul Boudens with the "Boerentorengedicht" (poem by Tom Lanoye), Pascal Van Hoorebeke, Mastic, Annelies Vaneycken, Koen Bruyñeel and Lodewijk Joye also look excellent.

Sander Vermeulen executed issue 63 (4/2007). We see a constructivistically refined cover, clear and unusual positioning of images in the inside pages where extremely narrow columns are alternated with wider ones. White – so essential but with which others so often grapple with due to an excess in content – holds a prominent place here. This is also the case with issue 73 (2/2010) by Johan Vandebosch. The white becomes "light" here which, combined with a refined typography, gives the image the space it deserves. To design is to provide space, not create it, at least in Vandebosch's work, that is. Issue 72 (1/2010) by Ronny Duquenne is an exceptionally fresh and striking issue not weaned of any trendy quality, and it contains beautiful, flamboyant photography by Frederik Heyman. Narrow

Sander Vermeulen tekende voor nummer 63 (4/2007). We zien een constructivistisch uitgepuurde kaft, heldere en ongewone beeldplaatsingen in het binnenwerk waar extreem smalle kolommen worden afgewisseld met bredere. Het wit – zo essentieel, maar waar anderen door de overdaad aan content zo vaak mee worstelen – is hier prominent aanwezig. Net zo bij nummer 73 (2/2010) van Johan Vandebosch. Het wit wordt hier 'lucht' die in combinatie met een uitgezuiverde typografie, het beeld de ruimte geeft die het verdient. Opmaken is ruimte geven, niet nemen, althans in het werk van Vandebosch. Een bijzonder fris en opvallend nummer niet gespeend van enig hipgehalte, is het nummer 72 (1/2010) van Ronny Duquenne, met prachtige, overdadige fotografie van Frederik Heyman. Small margins creëren veel ruimte en de discrepantie tussen 'grote' en 'kleine' typografie maken – samen met een slimme oplossing voor de tweetalige tekst – dit nummer zeer sterk. Spraakmakend is ook nummer 71 (4/2009) van Janenrandoald (nu wel als duo), niet in het minst omdat de inhoudstafel op een roze cover werd geplaatst, waarbij meteen de diverse groottes van de namen enige hilariteit opwekken, wat natuurlijk de bedoeling was. De vreemde typografische potpourri – het handelsmerk van Janen-

margins create a great amount of space and the discrepancy between "large" and "small" typography – together with a clever solution for the bilingual text – make this such an excellent issue. Number 71 (4/2009) by Janenrandoald (as a team at this stage) is also controversial, not in the least because the table of contents was put on a pink cover, whereby the various sizes of the name immediately evoked hilarity to a certain extent, which was the intention, of course. The strange typographical potpourri – the Janenrandoald trademark – was kept under very serious control in this issue but, despite the large amount of text, it does indeed still succeed in keeping the entirety exceedingly legible and fresh.

Laboratory

At last, it has transpired that *Kwintessens* has been a unique laboratory for the last 20 years, during which graphic designers from different generations have done their thing in what may often be regarded as an "eclectic" manner. Kaleidoscopically irregular, as a surreal metaphor for the fragmented talent

randoald – is in dit nummer sterk onder controle gehouden, maar ondanks de grote hoeveelheid tekst, slagen ze er toch in om het geheel uitermate leesbaar en fris te houden.

Labo

Eigenlijk is *Kwintessens* twintig jaar lang een uniek laboratorium gebleken, waarbij grafische ontwerpers van verschillende generaties op een vaak 'eclectische' wijze hun ding deden. 'Kaleidoscopisch ongeregeld', als een surrealistische metafoor voor het versnipperde talent in Vlaanderen, temidden het labyrint dat België is. Soms amechtig, vaak indrukwekkend. Het is ook duidelijk dat er een brede, zeer getalenteerde en goed geschoolde generatie grafische ontwerpers is opgestaan. Toch is het frappant om vast te stellen dat er ook een bepaalde kwetsbaarheid wordt blootgelegd. Design Vlaanderen ondersteunt kwalitatief design in Vlaanderen en geeft hen kanalen om zich internationaal te profileren en door te breken. Anderzijds geeft de vormgeving van *Kwintessens* criticasters voldoende wapens in handen, maar niet getreurd: net daarom is deze keuze eerlijk en integer. Hier heeft marketing geen vat op. Inderdaad, het kan nog in deze tijden! Het is bij gelijkaardige organisaties in het

in Flanders, in the midst of the labyrinth that is Belgium. Sometimes oppressive, often impressive. It is also clear that a wide, very talented and well-educated generation of graphic designers has come to the fore. Yet it is striking to find that a certain vulnerability is exposed. Design Flanders supports high-quality design in Flanders and provides them with channels to profile themselves internationally and to make a break-through. On the other hand, the design of *Kwintessens* provides its fault finders with enough weapons, but this is by no means reason to lament because it is precisely for this reason that the choice is sound and honest. Marketing has no impact on this at all. It's true! It can still be done in this day and age! Quite often it is a different case for similar organisations abroad. "Dutch design", for example, has become an export product with almost colonial features. Luckily, this is totally foreign

buitenland vaak anders. 'Dutch design', bijvoorbeeld, is een exportproduct geworden met haast koloniale trekjes. Gelukkig is dit laatste ons – als Vlaamse of Belgische ontwerpers – totaal vreemd en ik hoop dat dit zo ook mag blijven. Anderzijds mag er best wat meer ambitie en zelfbewustzijn heersen. Vlaamse ontwerpers weten best wel hoe complex de wereld om hen heen is. Dit is een goede attitude, want complexiteit vraagt naast diepgang ook frisse en vooral onbevooroordeelde oplossingen, iets waar vele Belgische ontwerpers, sowieso door de ongeregdheid van dit land, dit zootje, zeer vertrouwd mee zijn.

Zwart-wit, maar wel in kleur als het even kan

Toch moeten we ons de vraag durven stellen of deze opmaakformule van *Kwintessens* nog werkt, al staat er ongetwijfeld een schare jonge en goed opgeleide grafisch ontwerpers te trappelen. Het professionalisme en de verdere specialisering in sommige opleidingen zal zeker tot nog beter uitgebalanceerd en gedurfd opmaakwerk leiden. Het blad kan best nog een aantal jaren volharden in het blijven wisselen van ontwerpers. Een alternatief is dat er per seizoen een grafisch ontwerper wordt aangezocht, die dan dieper kan ingaan op

to us – as Flemish or Belgian designers – and I hope that it may also remain the case. On the other hand, there is definitely some room for more ambition and self-awareness. Flemish designers are perfectly aware of just how complex the world around them is. This is a good attitude because, besides depth, complexity also demands fresh and, in particular, unprejudiced solutions, something with which many Belgian designers are very familiar, in any event due to the irregularity within this country, this mess.

Black and white, but also colour if possible

We must nevertheless dare to ask ourselves the question of whether or not this *Kwintessens* design formula still works, even though there is undoubtedly a large crowd of young and well-trained graphic designers raring to go. Professionalism and further specialisation in some training programmes will definitely lead to even better balanced and daring design work. The magazine can definitely still continue to alternate designers for another few years. Alternatively, a graphic designer, who can then further

de probleemstelling van het maken van een magazine. Of nog: Design Vlaanderen zou ontwerpers kunnen stimuleren om in allerhande synergieën en samenwerkingsverbanden de volgende jaargangen van *Kwintessens* te ontwerpen, wie weet zelfs in combinatie met buitenlandse ontwerpers, wat *Kwintessens* nog internationaler zou maken. We hoeven niet krampachtig onszelf te promoten. Een open geest is de beste gids.

Tot slot: op de Integrated2011-website duwt een man krampachtig een bord de afgrond in met daarop de tekst: 'Don't think in black & white, think in colour'. Keldert hij hiermee alle politieke correctheid? Brengt rechtlijnigheid ons daadwerkelijk verder? Biedt het erkennen van de diversiteit, van het coloriet ons niet een betere garantie op de toekomst? In dit 'glossy' tijdperk hoeven we toch niets te verhallen? De kwetsbaarheden mogen zichtbaar zijn en de moed om dit coloriet te erkennen is een integere deugd. En ze is ook op en top Vlaams, of als je wil: Belgisch.

pursue the issue of creating the magazine, can be engaged per season. Or better yet, Design Flanders could encourage designers to design the following *Kwintessens* volumes with all types of synergies and joint ventures; who knows, maybe even in combination with foreign designers, which would make *Kwintessens* even more international. We do not need to promote ourselves frenetically. An open mind is the best guide.

Finally, on the Integrated2011 website, a man frenetically pushes a sign bearing the following text over the edge: 'Don't think in black & white, think in colour'. Does he sink all political correctness with this? Does consistency really bring us any further? Does acknowledging diversity and colouration not offer us a better guarantee for the future? Surely we no longer need to conceal anything in this "glossy" era? Vulnerability is allowed to be seen and the courage required to acknowledge this colouration is a true virtue. And it is also unquestionably Flemish, or, if you prefer: Belgian.



2/2010, Johan Vandebosch (ziezo)