

'VAN A NAAR BETER' MEER DAN GOED

WERKERS AAN DE WEG OP HUN BEST AAN DE WAND

Dankzij de kalender 'vanAanarBeter' zijn Rijkswaterstaat en het Ministerie van Verkeer en Waterstaat in 2007 de goede weg ingeslagen.

De gedrukte ode op grootformaat voor de werkers aan de weg was niet de beste inzending, maar geheel in lijn van de titel wel de betere. In het rijtje goed, beter, best kon deze uitgave, met een hoog 'oranjegehalte', dus eigenlijk een tweede prijs niet mislopen. Ruim een jaar geleden gaf toenmalig minister Karla Peijs het startsein voor de campagne 'Groot Onderhoud', waarmee de grootste wegwerkoperatie van de laatste decennia in Nederland van start ging. Liet de overheid ons wegens tel eerst een aantal jaren verloederen, in één klap kwam er een megabudget los om de boel, het liefst in zo kort mogelijke tijd (en uiteraard tegen aanzienlijke meerkosten) weer op orde te brengen. In feite werd hier een prachtig staaltje politiek wanbeleid getoond. Hoe dan ook, in 2006 en 2007 worden in heel Nederland ruim tweehonderd korte en langlopende projecten uitgevoerd. Dat betekent nachtelijke wegafsluitingen, wegversmallingen en veel, heel veel files. Leg dat de weggebruiker maar eens uit. Daarvoor werd de reclamecampagne 'vanAanarBeter' bedacht waarmee de getergde weggebruiker ruim van tevoren geïnformeerd wordt over de locatie, aard en duur van de werkzaamheden, zodat hij goed voorbereid de weg op kan. Zeg maar een groot uitgevallen 'verkeersalarm'.

IN DE CAMPAGNE wordt niet alleen zakelijk meegedeeld waar zich de knelpunten gaan voordoen, maar wordt tevens begrip gevraagd voor de werkers die vaak door de in de file staande weggebruikers letterlijk en figuurlijk allerlei zaken naar het hoofd geworpen krijgen. En dat

terwijl juist deze mensen, weliswaar goed betaald, hun nachten, weekenden en zomervakantie opofferen om te werken aan de bereikbaarheid en veiligheid in Nederland. De radio- en tv-spots, advertenties, signaalborden, matrixborden en



banners leiden allemaal uiteindelijk naar de website www.vanAanarBeter.nl

SPECIALE UITGAVE VOOR MINISTER

Demissionair minister Karla Peijs ontving tijdens haar afscheidsfeest op het Ministerie van Verkeer en Waterstaat op vrijdag 16 februari een speciale uitgave van de kalender 'vanAanarBeter'. Op alle foto's waren de hoofden van de werkers vervangen door portretten van twaalf van haar naaste medewerkers. Vervolgens zijn er Matchprints van de unieke kalenderbladen gemaakt. In een oplage van drie exemplaren is ook deze unieke uitgave geheel handmatig afgewerkt en van wire voorzien.

DE WEGWERKERS en hun kenmerken de oranje hesjes zijn de symbolen van de campagne. We zagen ze niet alleen terugkomen in dat hele mooie televisiespotje waarin de 'mannen van de weg' nota bene in de oudejaarsnacht hard aan het werk

reclamebureau Publicis in Amsterdam dat tekent voor de 'vanAanarBeter'-campagne. 'De beelden van de werkers, die allemaal hun eigen boodschap hebben, zijn gebruikt als kalenderillustraties.' Waarmee de helden van de weg, zoals ze ook wel worden genoemd, een jaar lang op grootformaat aan de wand kunnen hangen. Soms echt komisch gefotografeerd, af en toe ook een beetje flauw, maar in de meeste gevallen wel erg herkenbaar voor de weggebruiker.

HET IDEE VOOR de kalender is erg laat ontstaan. De tijd om de uitgave in een oplage van 1500 exemplaren voor de jaarwisseling bij de relaties te kunnen afleveren, was opmerkelijk kort. Bart van Utteren van MullerVisual Communication in Amsterdam staat het nog helder voor de geest. 'Op 23 november kwam de opdracht via Publicis bij ons binnen. Op 11 december zijn de kalenders kant-en-klaar afgeleverd. In een recordtempo dus.' Direct na binnenkomst van de opdracht

maakte Van Utteren in overleg met de art director van de kalender en de afdeling traffic van Publicis de papierkeuze: 200 grams mat MC van MoDoVanGelder. 'Het beeldmateriaal, dat op diverse manieren al was gebruikt op bijvoorbeeld abriposters, kregen we met het door Publicis ontworpen ca-

lendarium digitaal aangeleverd. Nadat wij in de prepress er het nodige aan hadden gedaan, is deze beeldbewerking beoordeeld op een beeldscherm en vervolgens gecontroleerd aan de hand van gekalibreerde Matchprints.'

DE KALENDER IS bij MullerVisual Communication gedrukt op een 6-kleuren Roland 700. De kaders om de cijfers van het calendarium en het jaartal op het voorblad zijn voorzien van spot UV-lak door Bron in Zaandam. Vervolgens was de eer aan de eveneens Zaanse Binderij Vlaar om de kalender af te werken. Van Utteren: 'Daar hebben de gebroeders Vlaar vanwege het formaat letterlijk hun handen vol aan gehad. De kalender is namelijk handmatig van wire voorzien. Het kleine kaartje voor het schutblad met een korte toelichting had eigenlijk kleiner gemoeten. Het was de bedoeling dat de foto's links en rechtsboven zichtbaar zouden blijven. Om dan het kaartje precies in het midden van de kalender te krijgen, is een lastig en precies werkje. Daar ontbrak de tijd voor.' Hoe je het ook bekijkt, zowel MullerVisual Communication, Bron als Vlaar hebben een topprestatie geleverd om de kalender in zo'n korte tijd te maken. ●

COLOFON

Opdrachtgever: Rijkswaterstaat, Ministerie van Verkeer en Waterstaat
Ontwerp en prepress: Publicis, Amsterdam
Druk: MullerVisual Communication, Amsterdam
Veredeling: Bron, Zaandam
Afwerking: Binderij Vlaar, Zaandam
Papier: Mat MC 200 grams
Formaat: 42 x 29,4 cm
Oplage: 1500