
1989 postrein Studio Dumbar



Te midden van het materieel van de Nederlandse Spoorwegen moet het railvervoer van de PTT in 1989 een eigen gezicht krijgen. Studio Dumbar is verantwoordelijk voor de huisstijl voor zowel de Nederlandse Spoorwegen als voor de PTT. Voor de postrein ontwerpt Studio Dumbar een mengvorm van beide stijlen. De gele neus is typisch NS en ook nodig voor de veiligheid. De belettering op de postrode flanken van de postrein bestaat uit uitvergrote onderdelen van het PTT Post logo, aangevuld met kleinere complete logo's.

EIGENSCHAPPEN

in gebruik vanaf 1989 tot 1997

STUDIO DUMBAR

Grafisch ontwerpbureau Studio Dumbar is in 1977 opgericht door Gert Dumbar. Het ontwerpbureau heeft vele huisstijlen en logo's op zijn naam staan, waaronder die van de Nederlandse Spoorwegen, de Politie en het Rijksmuseum.

Het handschrift van Studio Dumbar uit zich vooral in sterke en gemakkelijk te communiceren ideeën die met een subtiele maar uitgesproken vrolijke vormtaal worden gepresenteerd. Gert Dumbar was een van de eersten die de postmodernistische vrolijkheid in het Nederlandse grafisch ontwerpen introduceerde en zich daarmee afzette tegen het strenge functionalisme van Crouwel en zijn volgelingen.

Studio Dumbar (Rotterdam, Shanghai) creëert visuele identiteiten, door ontwerp van logo's en visuele stijlen. Opdrachtgevers komen uit het bedrijfsleven, non-profit, overheid en culturele sector - van lokaal tot multinational. Klanten zijn onder meer: Marlies Dekker, Nokia, Royal Dutch Shell, Europese Centrale Bank, Pulchri Studio, Nederlands Kamerkoor en het Rijksmuseum in Amsterdam.

SCHETSEN

LAATSTE TREIN

Vertraging

In de jaren negentig van de vorige eeuw wordt de congestie op het spoor een probleem voor PTT Post. Steeds vaker treden vertragingen op. Dit heeft als gevolg dat er kritisch wordt gekeken naar de meest efficiënte manier van postvervoer.

Vernieuwde opzet

In de jaren daarop treedt wel enige verbetering op, onder meer door vermindering van de spits. Echter het resultaat van onderzoeken leidt toch tot de keuze voor vervoer met vrachtwagens in plaats van treinen. Hiermee hangt samen dat in een vernieuwde opzet van het netwerk van expeditieknooppunten de sorteercentra wordt terug gebracht tot zes stuks.

Op 20 mei 1997 maken de posttreinen hun laatste omlooproute door het land.



Laden en lossen van de posttrein.



OVER DE VORMGEVING 1980 TOT 1990

Wanneer in Nederland de KLM en de Nederlandse Spoorwegen zich al een duidelijke bedrijfsstijl hebben aangemeten, erkent ook PTT de noodzaak van de ontwikkeling van een eigen visuele stijl voor het bedrijf. De sterke expansie van PTT brengt met zich mee dat er steeds meer ongecontroleerde en niet-gecoördineerde initiatieven op het gebied van vormgeving worden genomen. Daarin moet verandering komen. Een duidelijke visuele identiteit van het bedrijf is een noodzaak.

PTT wil zich eind jaren zestig naar buiten toe presenteren als uniek, modern, maatschappelijk en sociaal en technologisch vooruitstrevend. Om deze abstractie om te zetten in een visuele stijl worden twee grote ontwerpbureaus ingeschakeld die veel ervaring hebben met het ontwerpen van bedrijfsstijlen. Het Amsterdamse ontwerpbureau Total Design brengt een rapport uit over alle aspecten van een bedrijfsstijl van het bestaande en komende PTT-bedrijf. Als tweede bureau wordt Tel Design uit Den Haag gevraagd mee te werken (later overgegaan naar Studio Dumbar).

Beide bureaus gaan onafhankelijk van elkaar aan het werk en komen in maart 1972 met uitgewerkte voorstellen die pas in 1978 tot een gezamenlijk en definitief voorstel leiden. Op alle mogelijk manieren worden onderzoeken gedaan, bijvoorbeeld naar de leesbaarheid van de formulieren, naar het logo, naar de kleuren die gebruikt moeten worden, naar de typografie en naar alle verschillende elementen en voorwerpen binnen PTT die een nieuw uiterlijk moeten krijgen. Drie jaar later, in 1981, wordt de PTT-bedrijfsstijl officieel ingevoerd.

De door Total Design en Tel Design ontwikkelde huisstijl is geen dogmatisch gegeven, maar verandert mee met de veranderingen binnen het bedrijf. Zo is er in 1989 door de verzelfstandiging van de PTT een nieuwe versie van de bedrijfsstijl nodig. De belangrijkste verandering is de toevoeging van de kroon in het logo na de toekenning eind 1989 van het predikaat 'koninklijk' aan de PTT.

In 1989 wordt de afdeling Kunst & Vormgeving ingesteld als afdeling van KPN en volgt hierbij het DEV op.

POST & MAATSCHAPPIJ
1980 TOT 1990

Op 1 januari 1989 wordt het Staatsbedrijf der PTT omgezet in de naamloze vennootschap Koninklijke PTT Nederland (KPN), met als belangrijkste werkmaatschappijen PTT Post en PTT Telecom.

Aan het nieuwe KPN worden bij wet twee exclusieve concessies verleend. Een daarvan betreft de post. De concessie legt de verplichting op om brieven en andere geadresseerde zendingen met een maximaal gewicht van 10 kilogram in het binnenland en van en naar het buitenland te vervoeren. PTT Post dient zich te houden aan de richtlijnen die de minister van Verkeer en Waterstaat vaststelt. Daartegenover staat het alleenrecht voor het vervoer van brieven tot en met 500 gram, het recht om brievenbussen langs de openbare weg te plaatsen en postzegels met de afbeelding van de koning(in) en/of de vermelding "Nederland" uit te geven. Behalve de taken die de post door de wet zijn opgelegd en die zij onder een monopolie uitvoert, ontplooit PTT Post veel commerciële activiteiten.

KPN formuleert zijn doelstellingen opnieuw: het bedrijf moet meer winst maken, het dient zich meer te richten op - verwante - markten die groeimogelijkheden bieden, de klant moet centraler komen te staan en het bedrijf moet zich meer internationaal oriënteren.

Op 1 januari 1989 wordt het Staatsbedrijf der PTT omgezet in de naamloze vennootschap Koninklijke PTT Nederland (KPN), met als belangrijkste werkmaatschappijen PTT Post en PTT Telecom.

bron: www.iconenvandepost.nl
© TNT Post