

«HET UUR VAN DE NIEUWE SPOORWEG IS GESLAGEN»



Korte tijd geleden ontving onze redactie een brief van een studente, die in een tamelijk belangrijk werk een beeld van onze onderneming wil ophangen. Zij vroeg ons haar alle documentatie toe te sturen, die de NMBS heeft uitgegeven om haar nieuwe aanbod, dat vanaf 3 juni van start ging, bij het grote publiek bekendheid te geven.

Het beeld is inderdaad de kern van elke communicatie en meer bepaald van de commerciële communicatie.

Op het ogenblik dat zij haar nieuwe IC/IR-dienst aankondigde, besloot de NMBS hem onder één en hetzelfde beeld naar voren te brengen.

Onze lezers kennen dit beeld; het werd trouwens gebruikt als voorpagina voor het mei-nummer. Hetzelfde motorstel van het type break verschijnt in hetzelfde decor op de

kaft van het spoorboekje en op de mappen, die werden gebruikt om de documentatie aan de pers en op de openbare vergaderingen door te spelen.

Allerhande brochures — waaronder in de eerste plaats de dienstregelingsbrochures — hebben een soortgelijke kaft, sommige in dezelfde levendige kleuren, andere kregen een vereenvoudigde vorm.

In de stations brengen zes affiches van standaardformaat hetzelfde beeld. De teksten zijn verschillend en spelen elk op een andere belangrijke karakteristiek van het systeem in.

Indien u na 1 mei de stad bent ingereeden heeft u op welbepaalde wegen en in de omgeving van bepaalde stations vast en zeker wel de 20 m² affiches gezien, die het nieuwe IC/IR-aanbod aankondigen.

Er zijn er zelfs nog grotere van 40 m², die op spoorwegterrein en zelfs in de stad, daar waar de mogelijkheid voorhanden was, zijn opgesteld.

De creatie van Paul Funken — die, wat de grafiek betreft, ook de vernieuwer van het spoorboekje is — wordt op die manier op alle formaten en volgens verschillende oplagen vermenigvuldigd.

Zoals de gebroeders Lumière van de trein, die in het station La Ciotat toekwam, de eerste succesfilm uit de filmgeschiedenis maakten, zo is het motorstel break nummer 303 de vedette in de gouaches van Paul Funken en op de affiche. Zoals elke herfst de nieuwe beaujolais wordt aangekondigd, zo kondigt de break — bovendien in een sterk gelijkende kleur — de «nieuwe spoorweg» aan.

