



‘OP SCHIPHOL MOET JE STRENGER ZIJN’

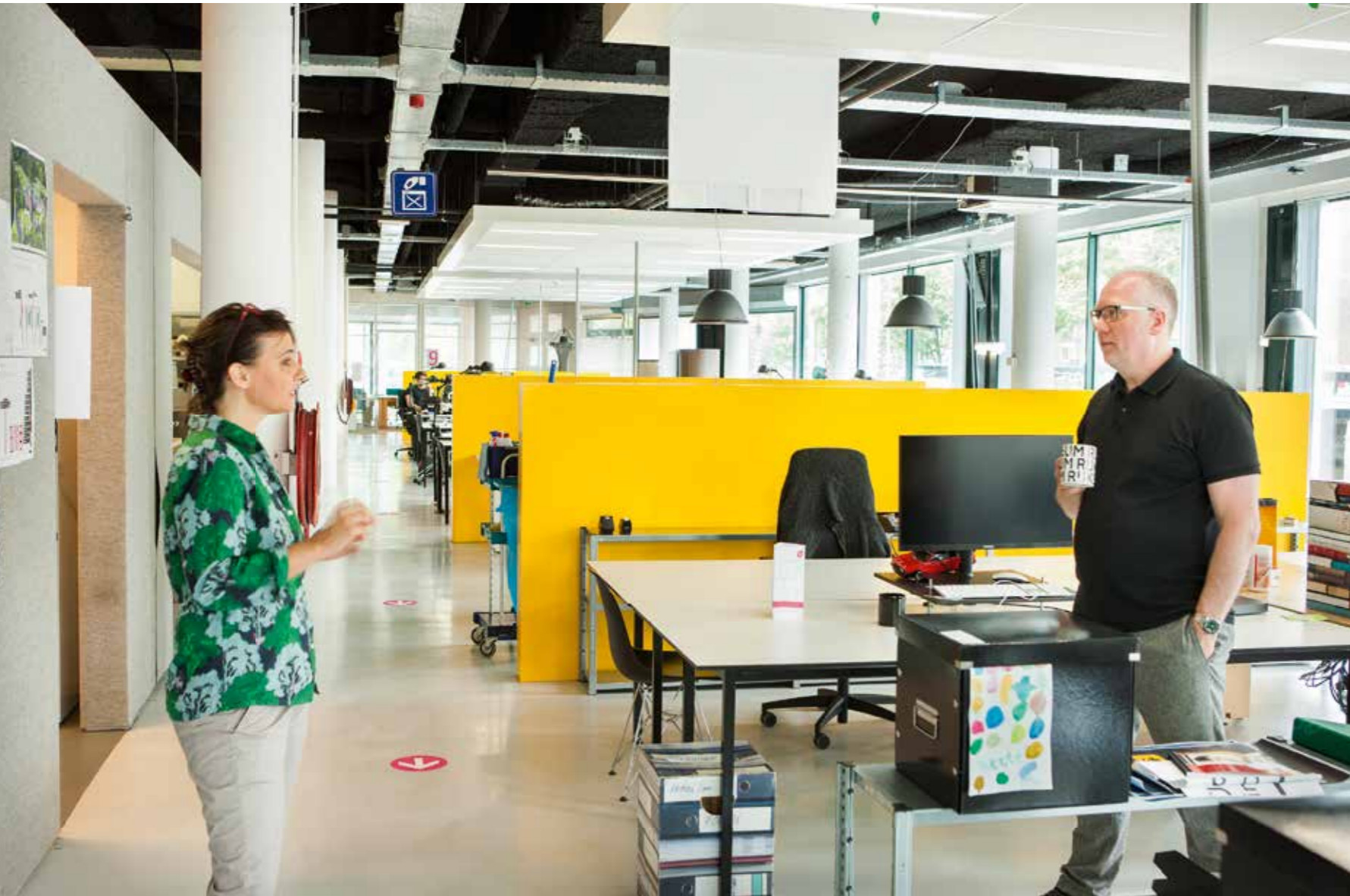
TEKST KIM DE KLONIA
BEELD MARIJN SCHEERES

De wayfinding-experts van Mijksenaar wijzen ook op kantoor de coronaproof weg, maar anders dan je zou verwachten.

OP HET STATION HET GOEDE PERRON VINDEN OF OP SCHIPHOL WETEN WAAR DE GATE IS? Dat lukt dankzij de wayfinding-experts van Mijksenaar voor grote groepen mensen, elke dag. In eigen huis doet het bedrijf op verrassend spectaculaire wijze aan wegbewijzing, met een minimaal gebruik van signage, maar met een slimme herindeling van de ruimte. ‘Dat lijkt a-typisch’, zegt senior designer Josse de Bruijne.

Onlangs is het kantoor aan de Amsterdamse Anne Frankstraat coronaproof gemaakt. Wie een kantoor verwacht dat vol hangt met coronaposters, -wegwijzers en -waarschuwborden, komt bedrogen uit. Op enkele posters en pijlen voor eenrichtingsverkeer na, is nauwelijks te zien dat het hier om een wayfinding-specialist gaat. ‘We hangen het bewust niet helemaal vol, maar we bieden de juiste informatie op het juiste moment.’

En dus besloot Mijksenaar zoals altijd de situatie met minimale middelen ‘zo fijn mogelijk te maken’. De Bruijne: ‘Dat is ook gebaseerd op wederzijds vertrouwen. Iets waar op stations veel minder sprake van is, omdat je elkaar natuurlijk niet kent. En het hangt ook af



van de plek. Op Schiphol móet je wel streng zijn, maar op kantoor kun je in die zin veel informeler zijn.'

Dat wil niet zeggen dat Mijksenaar niet heeft nagedacht over de maatregelen op kantoor. Integendeel. De eerste vier weken werkt steeds een kwart van de medewerkers op kantoor, de andere driekwart werkt thuis. In week 1 werkt kwart 1 op kantoor, in week 2 kwart 2, etc. Na vier weken werkt kwart 1 en 2 op kantoor, kwart 3 en 4 thuis. De week daarop andersom. Dit zorgt dat teams minimaal 'mengen', wat essentieel is bij een eventuele besmetting.

Het aantal toiletten – dat waren er vier – is opmerkelijk genoeg gehalveerd. 'Als de deur van het halletje van de twee wc's dicht is, weten we al dat ze bezet zijn. Sommige collega's moeten door het eenrichtingsverkeer ineens omlopen om naar de wc te gaan. Dat zijn dingen waar je erg aan moet wennen.' Tijdens de coronacrisis staat de telefoon aan de Anne Frankstraat roodgloeiend. 'Veel bedrijven bellen ons met de vraag: We willen open, maar hoe doen we dat? Opdrachtgevers komen op ons af om hulp te vragen.' Maar deze situatie is ook voor Mijksenaar onontgonnen terrein. 'Normaalgesproken zijn wij de experts en weten we heel veel, maar dit is ook voor ons nieuw. En dat is spannend. We moeten soms ook maar gewoon dingen proberen, net als de overheid.'



Bij Mijksenaar vind je posters met roze hartjes en korte bijschriften die als geheugensteuntjes fungeren. De kleur is tijdelijk. 'We moesten onderscheid maken tussen geel – de kleur van onze huisstijl – en de nieuwe situatie.'



Een thuiswerkpictogram dat Mijksenaar maakte voor alle thuiswerkers in Nederland, ging in maart even viraal: niet alleen De Wereld Draait Door, maar ook buitenlandse media pikten het op. 'Het pictogram is gemaakt in Schiphol-stijl: een poppetje achter een bureautje en een kat ernaast. Dat vonden mensen zo leuk, dat sommigen er schreeuwende kinderen of andere dingen aan toevoegden', zegt De Bruijne lachend.

