

Wat verliest met ?



x



x

AMSTERDAM

BOB WITMAN

In het nu wel of niet een verbetering, dat nieuwe Google logo? Het is in geval een rigoureuze aanpassing die de Amerikaanse mediamoloch dinsdag doorvoerde. Google knipte zijn kleurige partyletters bij tot een veel strakker woordbeeld. Product Sans, heet de nieuwe letter. Hij is schreefloos (geen uitsteeksels aan de letters), kent geen dik-dunverloop en is bijna volmaakt geometrisch. Alleen de kleuren zijn gebleven.

Het meest frivool is het gekantelde dwarsstokje in de onderkast 'e', die van de klinker een lachebekje maakt. Dat deed in Nederland iedereen aan het logo van Heineken denken. 'Hi Google you've inspired us too', reageerde Heineken gisteren alert op Twitter, met een Heinekenlogo erbij, uitgevoerd in de Googlekleuren rood, blauw, geel en groen.

De aanpassing van het bedrijfslogo past volgens merkdeskundige Felix Janssens in de trend om een neutraal letterbeeld te kiezen dat op alle onlineplatforms, van iPad tot smartphone, stabiel oogt, zoals Trivago en Airbnb al deden. 'Maar Google is meer. Het is onderdeel

van ons dagelijks leven. Die emotionele verbinding ontbreekt in het nieuwe logo.'

Het oude logo was volgens Janssens meer een speeltuin. 'Het had meer eigenheid.' Dat had best overeind kunnen blijven: 'Google is groter dan zijn services. Het kan zich wat veroorloven, maar ze hebben verzuimd een voorsprong op de tijd te nemen, een inspirerende belofte te bieden.'

Ook andere Nederlandse deskundigen zijn kritisch. 'Ik zie vooral beginnersfouten', zegt Paul van der Laan, die letters ontwerpt voor Audi, General Electric en VPRO. 'De letters zijn allemaal even dik, waardoor de kapitale 'G' optisch dunner lijkt dan de onderkastletters.'

Het streven naar volledige geometrie - letters als de 'e' en 'g' trachten perfect rond te maken - leidt volgens hem ook tot een onnodig onnatuurlijk beeld. 'Het is echt niet goed gedaan. De letter oogt als een groot compromis. Het oude logo had veel meer associatie met het startup gevoel. Jongens die vrij denken. Ik mis die gekke sierlijke oude onderkast 'g'. Daardoor kon je Google uit duizenden herkennen.'

Toch zijn er ook fans van het schreefloze logo. 'Ik zie zes letters die een jonge, dynamische creativiteit vertegenwoordigen - een begrip waar dit bedrijf op is gebouwd', schrijft webdesigner Derreck Johnson van het Amerikaanse internetmagazine Slate. Het nieuwe logo oogt in ieder geval frisser dan die 'ietwat middeleeuwse' oude look.