



CHRISTELIJK RESIDENTIE MANNENKOOR



Aangepast 18 mei 2007

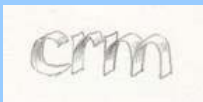
door  
Cees de Steur  
Initiator bijzondere  
CRM drukwerken

# Ontstaan CRM-logo



**I**N DE jaren 80, om precies te zijn het jaar 1986, opperde de toenmalige ledencommissie i.o. het idee om het logo dat in die tijd bestond, eens een ander jasje aan te trekken. Het idee werd in genoemde commissie van harte en unaniem ondersteund. Maar daar was je niet klaar mee, want wie gaat dat doen en hoeveel gaat dat wel kosten?

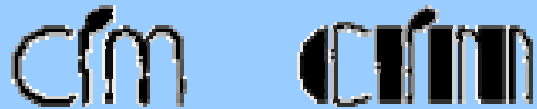
In die tijd ontstonden in Nederland te hooi en te gras allerlei bureautjes die dat wel voor je op wilden knappen, maar daar werden prijzen voor gevraagd die voor het CRM niet haalbaar waren.



Via mijn toenmalige werkgever had ik nogal wat contacten in de grafische wereld en binnen die contacten een 'mannelijke' waar ik wel mee door één deur kon. Die man was grafisch ontwerper en dat is mooi meegenomen als je op zoek bent naar iemand die verstand van zaken heeft. Wij verschilden alleen duidelijk van mening over de inrichting van onze maatschappij. Hij was politiek zo rood als een kroot. U kent het spreekwoord: 'hij is nog roomser dan de paus', en in zijn geval, hij was 'rooier dan Troelstra en Den Uyl' samen. Wij hadden dan wel eens discussies die er niet om logen, maar het eerste onvertogen woord tussen ons moet nog vallen. Het heeft even geduurd dat het tot hem doordrong dat ik in een ander koor zat

dan *De Stem des Volks* en niet het 'morgenrood' zong. Maar na het hele verhaal over wie en wat het CRM Christelijk Residentie Mannenkoor was en is, beloofde hij goedmoedig: 'ik zal wel eens iets proberen'. Als grap voegde ik hem toe: 'en niks met rode rozen of gekleurde hanen.'

Na maanden niets van hem vernomen te hebben, heb ik op een dag eens zeer voorzichtig geïnformeerd of hij al wat ideeën had. Daarop liet hij mij enkele schetsjes zien waar hij bezig mee was geweest. Ik was niet echt enthousiast en hij wilde ze meteen weggooien, maar om hem niet voor het hoofd te stoten heb ik die mee naar huis genomen om ze nader te bestuderen. Oordeelt u zelf.



Een paar weken later, kwam hij met een map enthousiast mijn kamer binnen en deelde mee: 'ik heb iets voor je.' Hij liet mij een schets zien van het huidige CRM-logo en ik dacht meteen *bingo*, dit is het! 'En ik heb er ook een verhaal bij', voegde hij eraan toe. 'Een notenbalk, gebogen in de letters CRM en de muzieksleutel in de C behoeft geen nadere uiteenzetting. De kleur wil ik eigenlijk in fel rood uitvoeren, maar ik neem aan dat je daar geen genoeg mee neemt,' grijnsde hij. Hij kende mij dus. (Nu denk ik wel eens: ach waarom niet). We willen de muziekbalk in oranje en de muzieksleutel in parelgrijs uitvoeren om het oranje beter uit te laten komen. Als je er mee akkoord gaat, ga ik hem nu uittekenen. Die tekening is trouwens nog in mijn bezit. Het nieuwe CRM-logo was geboren.

Destijds was er nog een probleem, want ik had de ledencommissie niet ingelicht over de vorderingen van het een en ander. Gelukkig ging de ledencommissie unaniem akkoord en was lovend

in haar oordeel over het nieuwe logo; nu nog het bestuur. Zij waren al helemaal niet ingelicht en ze wisten nog van niets. Wij waren vergeten hen in ons enthousiasme in te lichten en dat was een behoorlijk foutje. Eerst maar eens het logo voorleggen. Na de eerstvolgende bestuursvergadering kwam de secretaris *Bram Koster* naar mij toe en vroeg of er nog meer ontwerpen konden worden gemaakt, want zij wilden iets te kiezen hebben, en hoeveel dat wel zou gaan kosten.



Ja, goede raad was duur. Ik kon het die ontwerper niet aandoen, die heel

zijn (rode) ziel en zaligheid in het logo had gelegd, om nog eens te vragen wat meer ideeën te produceren.

De volgende dag ben ik op kantoor een uurtje in onze drukkerij met plakletters in de weer geweest die hier zijn weergegeven. Het bestuur kon kiezen en het pleit was snel beslecht.

Over de prijs waren wij het snel eens en daar zal ik verder over zwijgen, maar dat het een koopje was, kunt u gerust van mij aannemen. Ik ga ervan

uit dat Albert Heijn, V&D en de NS (om maar enkele bedrijven te noemen) iets meer hebben betaald voor hun logo. Voor de goede orde: de toenmalige penningmeester, *Jan Bosman*, heeft dat met hem wel goedgemaakt.



Die grafische man werd later een collega van mij en daar heb ik nog jaren plezier van en mee gehad. Pogingen die ik heb ondernomen om hem lid van CRM te maken mislukten faliekant, wel heeft hij meerdere van onze concerten bijgewoond en is nog steeds benieuwd hoe het met zijn, ons logo is. Alle bijzondere publicaties van CRM, zoals programma-boekjes etc., stuur ik hem nog toe.

Nog niet zo heel lang geleden hebben *Tom Klok* en bovengetekende de kleuren naar een moderner tint aangepast en het hele scala van enveloppen, briefpapier etc. in één huisstijl neergezet. Ook is aan een bevriende relatie (ook grafisch ontwerper) gevraagd of hij kans zou zien het logo aan deze tijd aan te passen. Die liet al snel weten dat wij hieraan niet moeten sleutelen en de originaliteit onaangetast laten. Alleen de muzieksleutel heeft hij op ons verzoek iets aangedikt.



**Christelijk Residentie Mannenkoor**