

Vijftien jaar lang heeft vormgeefster Suzanne van Hattum met veel passie en toewijding de vormgeving van *Moesson* gedaan. Vanaf volgende maand verschijnt *Moesson* in een nieuw jasje en wordt *Moesson* door een nieuwe vormgever gestyled. Daarom zetten we Suzanne dit nummer nog even in het zonnetje, als dank voor haar jarenlange inzet.

DOOR KIARA KENNEDY FOTO PIM SMIT / PMSMT

*Hoe ben jij terecht gekomen bij Moesson?*

Dat gebeurde via mijn toenmalige werkgever. Ik werkte toen bij een reclamebureau en mijn toenmalige werkgever heeft de vormgeving van *Moesson* overgenomen, waarna ik verantwoordelijk werd voor de maandelijkse vormgeving. Later toen ik voor mezelf begon heb ik Geert Onno Prins en Marjolein van Asdonck, toen de uitgever en hoofdredacteur, weer benaderd. Vanaf 2008 heb ik de vormgeving overgenomen.

*Heb jij eigenlijk zelf een connectie met de Indische gemeenschap?*

Mijn opa heeft waarschijnlijk Indische roots, maar dat is niet helemaal zeker. Door het werk bij *Moesson* voel ik nu wel een sterkere binding met de Indische cultuur. Ik lees graag alle artikelen en daarnaast ben ik ook veel meer Indisch gaan koken.

*Vijftien jaar lang heb je de vormgeving van Moesson gedaan, wat vond je ervan toen jij eerst begon?*

Het was heel anders dat wat ik gewend was. Ik had voorheen veelal de vormgeving voor magazines in de financiële sector gedaan, maar een lifestyle blad is natuurlijk heel anders, veel bewerklijker en aansprekender. Als je voor een reclamebureau werkt is het gewoon werk naast je andere projecten. Maar al snel kreeg ik steeds meer affiniteit met het blad. Ik kreeg een goede band met Geert en Marjolein en ben mij ook meer in de Indische gemeenschap gaan verdiepen. Ook heb ik vaak meegeholpen bij de Tong Tong fair en anderhalf jaar geleden de website en shop opgezet. Werken voor *Moesson* was veel persoonlijker en ik heb me altijd onderdeel van het team gevoeld.

*Moesson is een paar keer opnieuw gerestyled, kan je daar wat over vertellen?*

De eerste keer in 2003 is *Moesson* volledig gerestyled door mijn toenmalige werkgever, de jaren erna kwamen er soms nieuwe rubrieken maar verder niets drastisch. Rond 2005 heb ik in dienst van mijn werkgever een behoorlijke restyling gedaan. Later toen ik voor mijn eigen bedrijf Appelblauwzeegroen de vormgeving deed heb ik het blad in 2016 volledig gerestyled. Ik ontwierp onder andere een nieuw *Moesson* logo, er kwamen nieuwe rubrieken, een ander formaat en nieuwe lettertypes. Hierdoor kreeg het blad een compleet andere 'feel', een frisse uitstraling.

*Ik dacht: 'Wat nou als ik een foto maak van een rode peper en daar "60 jaar en nog altijd pedis" bij zet'*

*Wat is jouw rol bij zo'n restyling?*

Voor de laatste restyling heb ik veel met Marjolein samengewerkt. Waar zag zij het blad heen gaan en welke stijl van tijdschriften vond zij mooi? Het belangrijkste is stil te staan bij de doelgroep. *Moesson* wordt vooral gelezen door volwassenen en ouderen. Denk daarbij aan de keuze van lettertypes. Daarnaast omdat ik al zo lang de vormgeving van *Moesson* doe heb ik er feeling mee gekregen. Ik weet door ervaring wat werkt en wat niet. Ik ontwierp een aantal pagina's en rubrieken en zo kwam de rest van het nieuwe nummer op gang. Daarna staat de vormgeving niet muurvast, een ontwerp is voortdurend in beweging en evolueert telkens.

*Heb je ook een favoriete rubriek?*

De dragende artikelen vind ik zelf altijd het meest interessant om vorm te geven. Ik maak de koppen graag opvallend grafisch op. Ik denk dat de rubriek Culinair mijn favoriet is, ook om vorm te geven. De fotografie is altijd inspirerend en ik probeer de recepten ook graag op mijn gezin uit.

*Waar in kan je jouw persoonlijke touch terug zien?*

In de hele uitstraling van het blad, maar ik hoop ook in de aandacht die ik in de artikelen stop. Dat ik naar details in de tekst kijk, zodat een alinea niet lelijk eindigt. Ook stop ik veel aandacht in de verhouding tussen tekst en beeld, zodat het interessant is om naar te kijken.

*Waar ben jij het meest trots op?*

Ik denk de cover van het nummer ter ere van het 60 jarige bestaan van *Moesson*. Daar hebben wij met z'n allen heel lang over nagedacht. Ik weet nog dat ik in de tuin stond en ineens dacht: 'Hé wat nou als ik een foto maak van een rode peper en daar "60 jaar en nog altijd pedis" bij zet'. Ik ben op zoek gegaan naar de mooiste peper bij de toko, heb dat grafisch uitgewerkt en voorgesteld. Geert en Marjolein waren meteen ook heel enthousiast.

*Hoe kijk jij terug op je tijd bij Moesson?*

Als een hele en fijne leuke tijd. De relatie met de gehele *Moesson* redactie was goed en mijn mening werd ook altijd heel erg gewaardeerd. Geert en Marjolein dachten altijd met mij mee en hadden veel waardering voor mijn werk, ik ook voor hen. En dan zet je toch graag net dat stapje extra. Helaas is daar nu een einde aan gekomen, het is tijd voor een nieuwe uitdaging, maar ik kijk er met een heel warm gevoel op terug. •

*'Een ontwerp is voortdurend in beweging'*