

UILENSPIEGELS

Sinds 18 december van het vorig jaar heeft de uil een bijzonder plaatsje in mijn leven ingenomen. Niet dat ik zo'n kenner ben, want ik kan nog geen bosuil van een kerkuil onderscheiden. Maar toch... sinds die gedenkwaardige decemberdag ben ik ze aan het sparen gegaan: uiltjes. En het is net als met het automerk dat je zelf rijdt: je komt ze ineens overal tegen.

Mijn collectie tastbare uilen is overigens nog niet zo groot: momenteel staan ze met z'n – ik denk tenminste dat het mannetjes zijn, want zoals gezegd: ik ben niet zo'n kenner – achten in de ombouw van ons bed, wakend over een goede nachtrust. Mijn verzameling (als je dat tenminste zo wilt noemen) haalt het dan ook in de verste verte natuurlijk niet bij de collectie van mevrouw De Valk, die momenteel in ons gebouw te bewonderen is (haar verzameling dan, wel te verstaan). Had mevrouw De Valk trouwens niet beter iets anders kunnen sparen? Iets groter is mijn collectie gedrukte uiltjes: want je komt er immers meer tegen dan je denkt. Een paar maanden speuren in kranten en tijdschriften levert een aardige basisverzameling op. Het was leuk om te ontdekken dat er meer collega's zijn die 'uilen sparen': Theo Winnubst bleek dezelfde tik te hebben en van hem kreeg ik ook nog eens een aantal gedrukte exemplaren aangereikt. Lees mee, kijk naar de plaatjes en kleur ze eventueel in.

Vogels en gevederde dieren komen veelvuldig voor als logo van bedrijven, instellingen en scholen. Zo zal het bij niemand verwondering wekken dat het beeldmerk van de Vogelbescherming Nederland (1) een sierlijk vliegende reiger is (het kan ook een ander soort vogel zijn, maar ik ben niet zo'n kenner). En wie zijn Air Miles-pasje wel eens goed bekeken heeft, zal ontdekt hebben dat daar een drietal zwaluwen in opgesloten zit (2). Ook niet zo verbazingwekkend is de vogel in het logo van recreatiepark Klein Vink (3) in Arcen: waarschijnlijk een vinkje uit de kasteeltuinen, maar ja, als je geen kenner bent... In het verlengde hiervan zal niemand meer opkijken van de gekroonde raaf in het wapen van de gemeente Ravenstein (4). Heel bijzonder toch wel is de Pegasus (5) van de Vrije Universiteit in Amsterdam: half paard, half vogel.

Leuk om eens een tijdje te letten op al die vogelfiguren, maar... waar blijven nou die uilen? Kijk en lees mee verder.

Een in het oog vallende uil is die op het briefhoofd van de Vlaamse Standaard Boekhandel (6): wat stijfjes en formeel. Dat kan heel wat romantischer, zoals het uilenechtpaar van accountants en belastingadviseurs Paardekooper en Hoffman (7) laat zien: arm in arm, stevig verankerd en met vaste grond onder de voeten. Ook de uil waarmee het Brabants Landschap leden probeert te werven, heeft iets beschermends, iets vertrouwds: natuurbescherming dicht bij huis (8). Met name op scholen blijkt de uil een onweerstaanbare aantrekkingskracht uit te oefenen. Zo laat het logo van het Rijn Ijssel-college in Arnhem (9) een jong uiltje dat net uit het nest gevallen lijkt te zijn, zien. Het frisse uilengezicht van het Ulenhof-college in Doetinchem en Vorden (10) heeft wel wat weg van die van de boekhandel uit Vlaanderen, maar is wat sierlijker. De Montessori basisschool in Amersfoort (11) heeft de wijsheid van Pallas Athene vormgegeven in een mooi rond en grappig uilensnuitje. Een hele bijzondere combinatie laat het beeldmerk van het christelijk college Nassau-Veluwe (12) zien: vis en uil (vraag aan de kenners: bestaan er soms ook visuilen?) in één.

Vliegende uilen ben ik tot nu toe maar twee keer tegengekomen: de ene was van De ûlepanne, een zeilvakantiecentrum voor jongeren (13) en de andere – en daar moet je tot slot maar eens goed naar kijken en over nadenken! – van marktonderzoeksinstituut NIPO (14). Als twee druppels water, nietwaar?

Volgens Gert Kootstra - teamleider bij Tel Design, waar onze huisstijl is ontwikkeld - is ónze uil toch wel heel bijzonder: met een enorm blikveld, stereoscopisch gezichtsvermogen, menselijke uitstraling (!?), symbool van kennis en wijsheid, waakzaam en alert (zie het interview met Huub en Karel over onze nieuwe huisstijl in *Design in Business* van mei 1997). Toch is dit maar één kant van het verhaal. Want in vroeger tijden gold de uil immers als een slecht voorteken en een aanzegger van de dood. Voor de Chinezen en Japanners was de uil vanwege het geloof dat hij zijn moeder de ogen uitpikte, een symbool van ondankbaarheid jegens de ouders. In het hindoeïsme is de uil het attribuut van de god van de onderwereld, waar dood en verderf heerst. En in het Westen offerden de Etrusken slaven en krijgsgevangenen aan een uilgod. Maar, vindt Kootstra, juist vanwege het opvliegend karakter straalt ónze uil iets extra's uit. Zou onze uil zich daar nu zo over opwinden of is hij (?) in de overgang?