



Creatieve Smaakmakers

wij maken wat je zelf had willen bedenken.

Onze diensten

Van branding tot social media:
wij zorgen dat jouw merk opvalt
en groeit, online én offline.



Branding

Ontwikkeling van een unieke merkidentiteit, inclusief logo, typografie en design, om jouw bedrijf herkenbaar en onderscheidend te maken.

Vormgeving

Creatief grafisch ontwerp voor diverse uitingen zoals flyers, posters, brochures en menukaarten, afgestemd op jouw huisstijl.

Webdesign

Ontwerp en ontwikkeling van websites die jouw merk versterken, visueel aantrekkelijk maken en gebruiksvriendelijk zijn.

Social media

Wij zorgen voor socials die jouw merk laten shinen, verhalen vertellen en je doelgroep op een krachtige manier weten te raken.

Hosting

Technische ondersteuning voor het hosten en onderhouden van jouw website, zodat deze veilig en up-to-date blijft.

SEO

Op maat gemaakte SEO-strategieën die je online zichtbaarheid vergroten en meer bezoekers naar je website trekken.



NORDQUEST

Opdrachtgever

Nordquest

Recept

Branding / huisstijl / webdesign

Ingrediënten

- Catering
- Maatwerk
- Corporate
- Mannelijk
- Vooruitgang



Stoer in stijl

Nordquest is sinds 2020 een vaste naam in onze klantenlijst. In 2025 kozen ze voor een complete rebranding van hun huisstijl en communicatie. Met één duidelijke opdracht: maak het stoerder, masculiener en volwassener. De speelse look maakte plaats voor een krachtiger gezicht.

Wij gingen aan de slag met de basis: de styleguide. Die vormt het fundament onder alles wat volgt. Zoals altijd werkten we twee totaal verschillende concepten uit. Dat doen we bewust. Het geeft ruimte om te kiezen, te vergelijken en goed aan te voelen welke richting het sterkst past bij het merk. Vaak zit het ideale eindresultaat ergens tussen die twee voorstellen in.

Vanuit de gekozen stijl ontwikkelden we alles door: een nieuwe website, menukaarten, klanttevredenheidskaartjes, signing en nog veel meer. Alles in één krachtige, herkenbare lijn. Zo zorgen we dat Nordquest op elk vlak dezelfde professionele en robuuste uitstraling heeft, zowel online als offline.





NORDQUEST

De pijlvormen in het logo staan symbool voor een 'quest', een reis vol richting en ontwikkeling. Samen vormen ze de N van Nordquest. De krachtige vormgeving geeft het logo een stoere, mannelijke uitstraling. Het gekozen lettertype sluit daar naadloos op aan: robuust, zelfverzekerd en perfect passend bij de nieuwe identiteit van het merk.

KLEUR EN LETTERTYPES

Heldere richtlijnen, sterk merk

LETTERTYPE
Het Gunterz lettertype past bij Nordquest, een moderne, strakke uitstraling die...

INGREDIËNTEN

GUNTERZ
1234567 8901@#%\$ %&'()*? (@var)

BLACK
ABCDEFGHIJKLMN 123 890 %&'()*? OPQRSTUVWXYZ

BLACK ITALIC
ABCDEFGHIJKLMN 1234567 8901@#%\$ %&'()*? OPQRSTUVWXYZ

BOLD
ABCDEFGHIJKLMN 1234567 8901@#%\$ %&'()*? OPQRSTUVWXYZ

BOLD ITALIC
ABCDEFGHIJKLMN 1234567 8901@#%\$ %&'()*? OPQRSTUVWXYZ

MEDIUM
ABCDEFGHIJKLMN 1234567 8901@#%\$ %&'()*? OPQRSTUVWXYZ

MEDIUM ITALIC
ABCDEFGHIJKLMN 1234567 8901@#%\$ %&'()*? OPQRSTUVWXYZ

EXTRA BOLD ITALIC
abcdefghijklmnpqrstuvwxyz

Semi Bold
abcdefghijklmnpqrstuvwxyz

Semi Bold Italic
abcdefghijklmnpqrstuvwxyz

Regular
abcdefghijklmnpqrstuvwxyz

Italic
abcdefghijklmnpqrstuvwxyz

KLEUR
Donkerblauw straalt betrouwbaarheid en professionaliteit uit, wat past bij de zakelijke wat aansluit bij de rustige en op maat gemaakte benadering van het bedrijf. Lichtgroen voegt een vertraging en vooruitgang toe, die gastvrijheid en maatwerk benadrukt. Lila roept innovatie en vernieuwing op, wat past bij het idee van balans en versterkt de mannelijke kracht van het ontwerp.

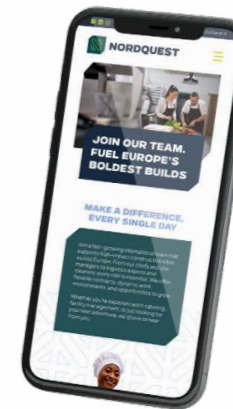


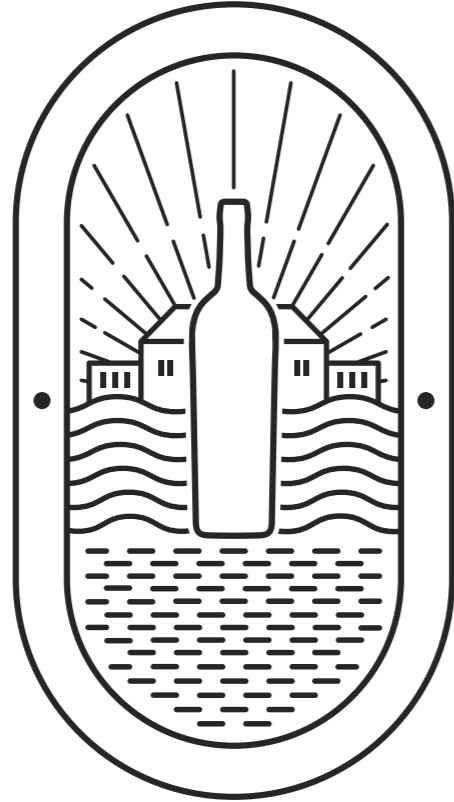
BIJPASSEND SUBLOGO

MENUKAART, POSTERS, FEEDBACK KAARTJES EN EEN WEBDESIGN



DEENSE KRONEN





Cour du Vin
Depuis 2014

Opdrachtgever

Cour du Vin

Recept

Branding / huisstijl

Ingrediënten

- Passie
- Biologisch
- Rebels
- Kwaliteit
- Betrouwbaar



Klimaat



Wijnmaker



Terroir

Wijn met karakter

Webshopeigenaar Martin Fennema kende ons al voor de samenwerking. In 2020 nam hij wijnplatform MijnWijnPlein over en vond het tijd voor vernieuwing. De naam, stijl en uitstraling mochten mee in de ontwikkeling die hij voor ogen had.

We begonnen bij de basis: een nieuwe naam en een visuele identiteit die past bij het karakter van het merk. MijnWijnPlein werd Cour du Vin, een naam die beter aansluit op het assortiment én de beleving die Martin wilde neerzetten.

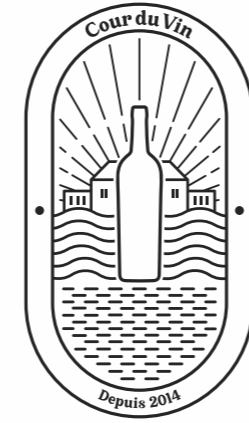
Voor het ontwerp lieten we ons inspireren door de samenwerking tussen mens en natuur bij het wijn maken. Het logo, kleurenpalet en de stijl verwijzen naar het samenspel van terroir, klimaat en vakmanschap. Aardse en warme tonen geven karakter aan het merk.

Wat je proeft in het glas, zie je nu ook terug in de uitstraling.



Een heldere stijlguids

Het logo, kleurenpalet, typografie en visuele elementen vormen de basis voor alle ontwerpen.



Waar puur genieten een biologische keuze is.





Opdrachtgever

Sprekend

Recept

Branding / huisstijl / webdesign

Ingrediënten

- Zorg
- Betrokken
- Vrijheid
- Verbondenheid
- Kwaliteit



20 jaar groei en impact, tijd voor vernieuwing

Sprekend bestaat 20 jaar en dat vieren ze met een compleet nieuw jasje. Twintig jaar ondernemerschap, groei en impact, dat vraagt om een frisse uitstraling.

Sander, de drijvende kracht achter Sprekend, is een echte ondernemer: gedreven, creatief en altijd enthousiast. Zijn energie werkt aanstekelijk en daarom werken we al jaren graag met hem samen. Meestal schakelt Sander ons in voor zijn klanten, besturen, scholen en maatschappelijke organisaties waarvoor we huisstijlen en websites maken. Maar dit keer mocht Sprekend zelf in de spotlight.

Hoewel Sander zijn branding vroeger zelf deed, gaf hij de opdracht nu aan ons. Daar werden wij natuurlijk blij van. We begonnen met twee concepten, waarvan er één werd gekozen en uitgewerkt in een stijlguide. Vanuit die basis gingen we los: visitekaartjes, een boek, een website en zelfs een spelbord.



Een sprekende stijlgids

Naast het logo, kleurenpalet, typografie en visuele elementen hebben we ook geanimeerde iconen en illustraties ontwikkeld om de herkenbaarheid verder te versterken.



Zowel on- als offline

Sprekend vertelt niet alleen online een helder verhaal. Ook offline laten ze van zich spreken. Van een fris visitekaartje tot een gedrukt boekje vol inspirerende cases: het hele plaatje klopt.





MOXBA GROUP

Recycling made Sustainable

Opdrachtgever

Moxba Group

Recept

Branding / huisstijl / webdesign

Ingrediënten

- Innovatie
- Duurzaamheid
- Betrouwbaarheid
- Maatwerk
- Kwaliteit



Metal recycling made sustainable

Jubileum in stijl

We werken al jaren met veel plezier voor Moxba, en toen ze hun 50-jarig jubileum vierden, was het tijd voor een flinke upgrade! In plaats van een totaal nieuwe huisstijl, gaven we het merk een frisse boost met nieuwe kleuren, elementen, iconen en een speciaal anniversary logo. Met onze designskills en een flinke dosis creativiteit gingen we vol enthousiasme aan de slag.

Het originele logo hebben we bewust laten staan, omdat sommige dingen nu eenmaal goed zijn zoals ze zijn. We voegden wel nieuwe stijlelementen toe en bundelden alles in een styleguide die de perfecte basis biedt voor een krachtig merk. Daarna gaven we de website een volledige make-over, waarbij alles visueel perfect op elkaar aansluit.

En dat is niet alles! We blijven voor Moxba werken en zorgen voor mooie designs voor diverse projecten, zoals beursitems, folders, flyers, spandoeken en meer. We zorgen voor consistente, professionele visuele communicatie die het merk blijft versterken.



Anniversary logo

Voor het 50-jarig jubileum van Moxba hebben we een speciaal anniversary logo ontworpen, geïnspireerd op hun originele logo. Dit nieuwe ontwerp straalt niet alleen ervaring en betrouwbaarheid uit, maar laat ook duidelijk zien dat Moxba al 50 jaar staat voor kwaliteit. Het logo wordt op zowel online als offline uitingen gebruikt, waardoor het merk op alle fronten een krachtige en vertrouwde uitstraling krijgt.



Arnold Huismans
VP Sales & Marketing
+31 (0) 546 792 069
+31 (0) 6
a.huismans@moxba.nl
www.moxba.com

Moxba Group
Bedrijvencentrum Twente 15
7602 KA Almelo
the Netherlands



Nieuw webdesign

We hebben een online sterke uitstraling gecreëerd met een gloednieuwe huisstijl die naadloos doorgevoerd is op de website. Alles is mobiel geoptimaliseerd, zodat de bezoekerservaring op elk apparaat perfect is. Het resultaat? Een krachtige en moderne uitstraling die Moxba helpt om zich te onderscheiden en zijn klanten te blijven verrassen.



duurgroei

Opdrachtgever

DuurGroei

Recept

Branding / huisstijl / webdesign / socials

Ingrediënten

- Professioneel
- Persoonlijk
- Betrouwbaar
- Expertise
- Kwaliteit



Energie voor iedereen

Duurgroei is voor iedereen. Voor de jongere generatie die een duurzaam leven willen, maar ook voor de oudere generatie die graag investeren in een groenere toekomst.

Voor DuurGroei ontwikkelden we een complete merkbeleving die perfect aansluit bij hun missie: duurzame energie toegankelijk maken. We bedachten een krachtige naam, ontwierpen een frisse huisstijl en gaven hun visuele identiteit een eigentijdse en professionele uitstraling.

Daarnaast bouwden we een gebruiksvriendelijke website die volledig mobiel geoptimaliseerd is, zodat DuurGroei op elk scherm tot zijn recht komt. Ook richtten we hun socialmediakanalen in, produceerden we pakkende reels en verzorgden we de contentplanning en uitvoering.

Met een consistente stijl en heldere communicatie zorgen we ervoor dat DuurGroei herkenbaar en overtuigend naar buiten treedt. Niet alleen visueel, maar in hun volledige online aanwezigheid.



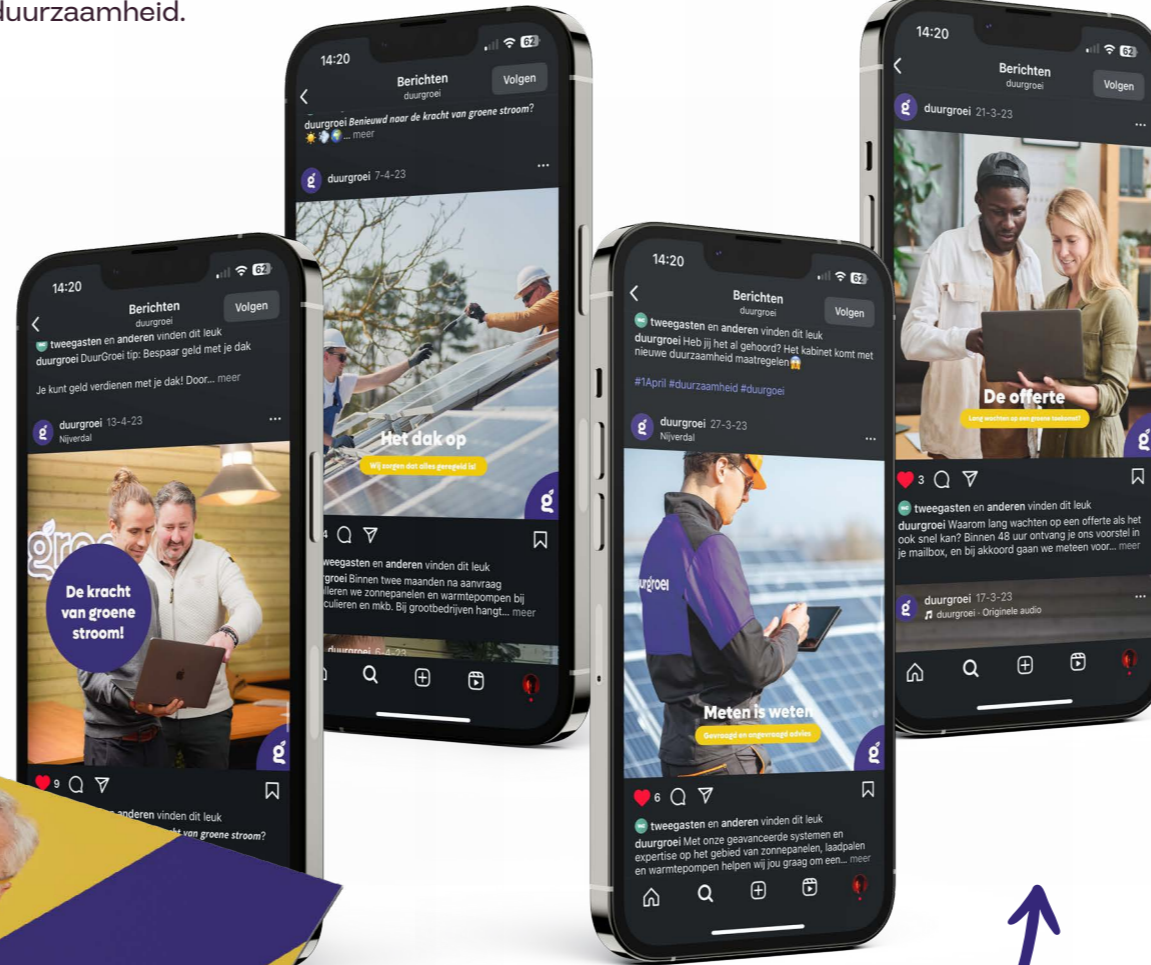
Een geometrisch en herkenbaar lettertype met een professionele, maar toegankelijke uitstraling.

duurgroei

Het blad groeit vanuit de letter G en symboliseert zowel groei als duurzaamheid.

Elke kleur in het merkverhaal van DuurGroei heeft een betekenis.

Paars straalt luxe en comfort uit, het gevoel van zorgeloosheid. Groen staat voor balans, leven en vernieuwing. Precies waar DuurGroei voor gaat. Geel brengt een vleugje zon en plezier in alles wat we doen. Roze geeft energie en optimisme aan het merk. En rood zorgt voor een warme, vriendelijke toon.



Socials

We namen de socials volledig uit handen: van maandelijkse redactievergaderingen en contentplanning tot het maken van creatieve posts en reels. We dachten mee over strategie en speelden in op actualiteiten – zodat zij zich konden focussen op hun werk.



Flyer

Een opvallende flyer voor DuurGroei die met de krant werd verspreid, voor meer lokale zichtbaarheid.



Opdrachtgever

Black Baron

Recept

Branding / huisstijl

Ingrediënten

- Ambacht
- Authenticiteit
- Kwaliteit
- Creativiteit
- Lokaal



Ambacht met allure

Marc van Coeverden, een echte liefhebber van ambachtelijke dranken, brengt in zijn vrije tijd de mooiste bieren, gin en whiskies tot leven. Als man van adel vroeg hij ons om mee te denken over een naam, logo en labels voor zijn nieuwste creaties.

Omdat hij van adel is en de flesjes bier zwart zijn, was de naam "Black Baron" snel geboren, een krachtige naam die perfect past bij zijn ambacht en achtergrond.

Met de naam in de pocket gingen we aan de slag. We begonnen met het ontwerp van het logo, waarbij we de majestueuze uitstraling van de naam vertaalden naar een elegant en herkenbaar ontwerp. Vervolgens staken we de labels voor de verschillende bieren en gin in een stijl die de luxe en het ambacht weerspiegelt. Dit soort projecten zijn voor ons een feestje, we konden al onze creativiteit erin kwijt en werkten met veel plezier aan het maken van iets unieks. Black Baron is nu niet alleen een merk, maar een verhaal op zich. Wij zijn trots op het resultaat en op wat Marc voor ons heeft neergezet!



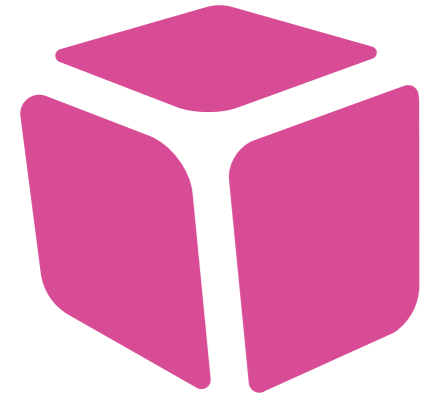
LABELS

Voor de verschillende biertjes en gin van Black Baron hebben we de labels ontworpen die perfect aansluiten bij de luxe en het ambacht van hun producten. Elke label vertelt een stukje van het verhaal van Black Baron, met een stijlvolle uitstraling die de kwaliteit en creativiteit van de dranken weerspiegelt. Daarnaast hebben we ook bijbehorende flyers ontworpen om het merk verder te versterken en de producten op een visueel aantrekkelijke manier te presenteren.

VAN SCHETS NAAR REALITEIT

Vaak begint het allemaal met een simpele schets op papier, waar we onze ideeën vastleggen. Vervolgens gaan we aan de slag om het ontwerp digitaal uit te werken in Illustrator, waar we de details perfectioneren en het ontwerp tot leven brengen.





Pinkcube



Opdrachtgever

Pinkcube

Recept

Branding / huisstijl / wireframes

Ingrediënten

- Initiatiefrijk
- Omgevingsbewust
- Inclusief
- Daadkracht
- Noaberschap



Smaakvolle restyle voor een groot merk

In samenwerking met Pinkcube verzorgden we een frisse restyling van hun huisstijl. Direct enthousiast over deze opdracht voor een van de grootste leveranciers van promotieartikelen.

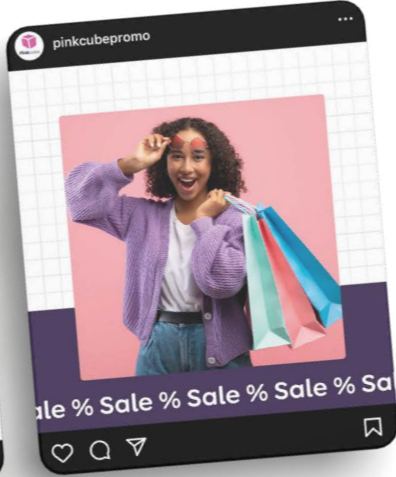
Het avontuur begon bij het logo, de basis van de nieuwe stijl. We onderzochten doelgroep, missie, visie en actuele trends om het logo perfect te laten aansluiten bij de nieuwe koers van Pinkcube. Met het logo als uitgangspunt legden we het Pinkcube-recept vast in een styleguide. Alles komt hier samen: kleuren, lettertypes, stijlelementen en iconen.

Vervolgens ontwierpen we de wireframes voor de website, de plattegrond van het design. Alle onderdelen uit de styleguide kwamen samen in een website die naadloos past bij de merkvisie. Ook ontwikkelden we designs voor social media, zodat de uitstraling van Pinkcube consistent is op alle kanalen. Het resultaat? Een website die net zo strak en smaakvol is als de restyling zelf.



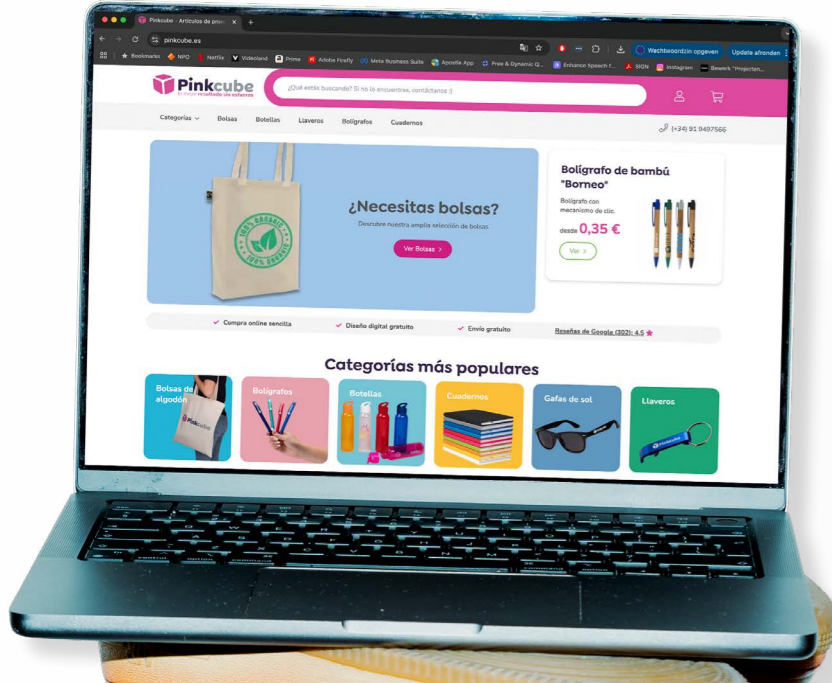
Internationaal

Het ontwerp van de wireframes voor Pinkcube wordt niet alleen op de Nederlandse website gebruikt, maar ook op hun Spaanse website! Het is fantastisch om te zien hoe ons design naadloos past bij hun internationale uitstraling en zorgt voor een consistente gebruikerservaring, waar ter wereld je ook bent. Een mooie stap richting een sterk, wereldwijd merk!



Socials

Voor de socials hebben we een template ontworpen die Pinkcube zelf kan toepassen en plannen. Het mooie hiervan is dat ze nu gemakkelijk en snel nieuwe content kunnen creëren die consistent is met hun merk.



YONEGO



Opdrachtgever

Yonego

Recept

Branding / huisstijl / webdesign

Ingrediënten

- Innovatie
- Samenwerking
- Klantgerichtheid
- Kwaliteit
- Duurzaamheid



Tijdloos in beweging

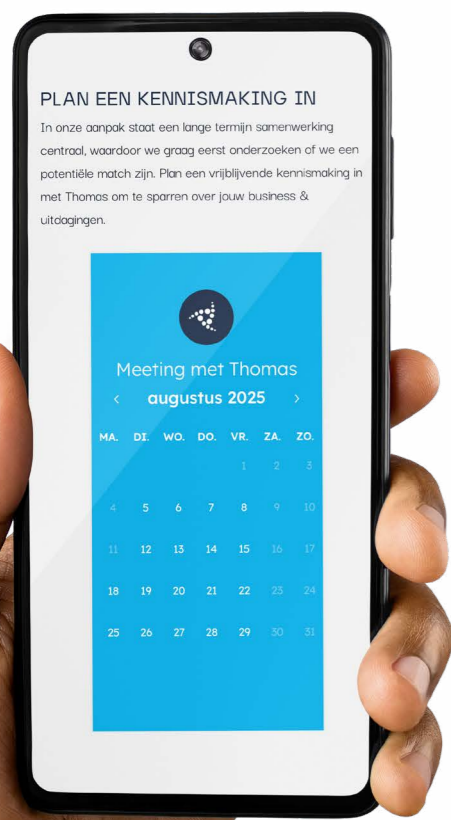
20 jaar Yonego jubileum: Een nieuw hoofdstuk begint!

In de wereld van marketing zijn er pioniers en dan is er Yonego, waar creativiteit en ervaring samenkomen in een schitterend 20-jarig jubileum!

Als een van de oudste marketingbureaus heeft Yonego de tand des tijds doorstaan, en om deze mijlpaal te vieren, hebben wij hun vertrouwde huisstijl in een nieuw jasje gestoken. Het 20 jaar Yonego jubileumlogo schittert als een blijk van trots en prestatie. En alsof dat nog niet genoeg is, hebben we ook een hypermoderne website gecreëerd om hun digitale aanwezigheid te versterken.

De geheime ingrediënten voor deze magische transformatie? Een snuffje creativiteit, een vleugje innovatie en een overvloed aan passie voor marketing! Yonego, op naar de volgende 20 jaar van succes en creatieve samenwerking!





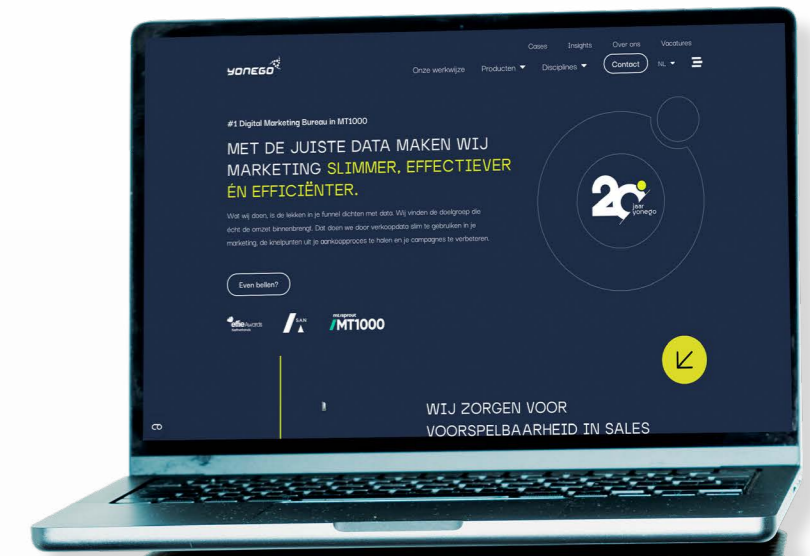
Afspraak? Zo gepiept!

Om het voor bezoekers nog makkelijker en laagdrempeliger te maken, hebben we Calendly toegevoegd aan de website. Hiermee kun je in een paar klikken eenvoudig een afspraak inplannen op een moment dat jou uitkomt, zonder gedoe.



20 jaar in stijl!

Om de mijlpaal van 20 jaar te vieren, hebben we naast de rebranding ook een speciale anniversary logo ontworpen.



toppers in onderwü's

Opdrachtgever

Toppers in Onderwijs

Recept

Branding / huisstijl / webdesign

Ingrediënten

- Kleinschalig
- Regionaal
- Festival
- Groeipaden
- Kleurrijk



Sterk in beeld, sterk in verhaal

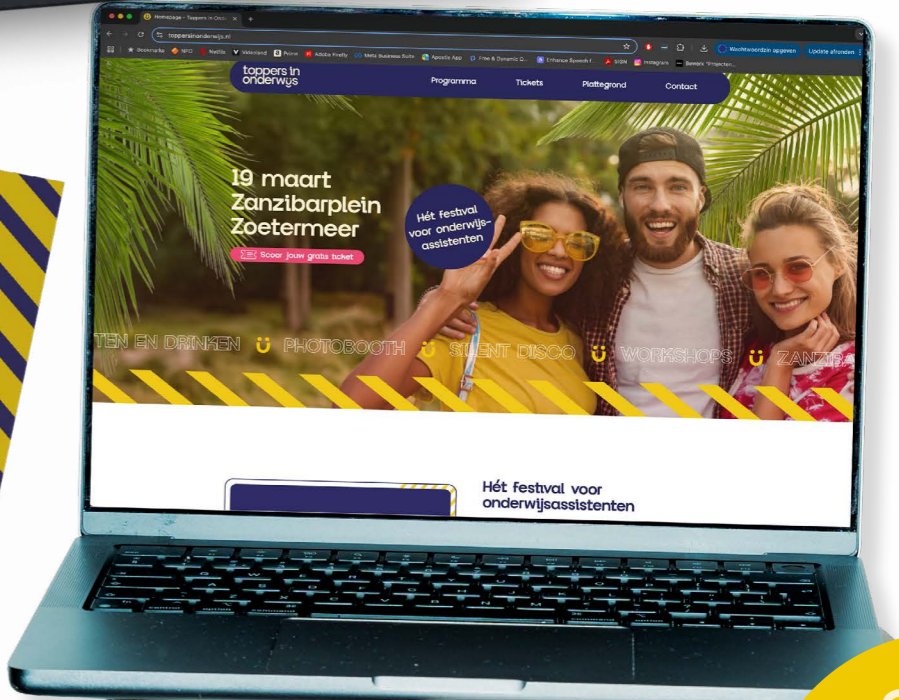
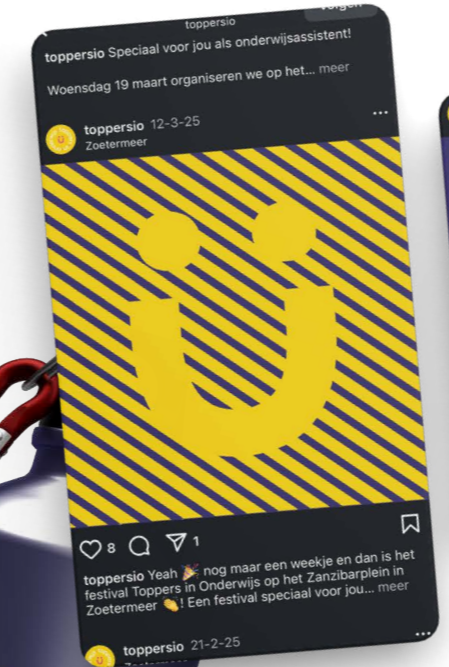
Sinds een paar jaar werken we met veel plezier samen met Bureau Sprekend. Dit creatieve adviesbureau uit Rotterdam helpt sinds 2003 onderwijs- en maatschappelijke organisaties aan een sterk profiel, een heldere koers en een aansprekend verhaal. En wij dragen daar met liefde ons steentje aan bij.

Een van onze favoriete projecten tot nu toe is Toppers in Onderwijs. We werkten mee aan het hele traject: van logo, sublogo en styleguide tot plattegrond, flyers, tickets en natuurlijk de website. Ook gaven we de socials een frisse draai, zodat alles perfect op elkaar aansluit.

Dit soort projecten geven onze creativiteit de ruimte om te vliegen. En dat maakt ons echt enthousiast!

Elke stap bood kansen om iets moois te maken. Het resultaat? Een sterke visuele identiteit die het verhaal van Toppers in Onderwijs krachtig vertelt.





Toppers

Voor Toppers in Onderwijs hebben we de complete branding verzorgd, inclusief een styleguide waarin alle huisstijlregels duidelijk zijn vastgelegd.



Bart

Frank



**Smaakt dit
naar meer?
Geef ons een
belletje!**

Bart 06 42 08 61 57

Frank 06 42 96 68 25

