

GROEI VRAAGT OM BALLEN



**Cojones. Guts. Daaraan
herken je ondernemers
die bouwen aan sterke
merken. Dát soort
merken brengen we
samen verder.**



**NIET ALLEEN LEUK OM
DOOR TE BLADEREN.
OOK HANDIG OM IETS
MEE TE DOEN.**

WAARVOOR JE ONS DE KEUKEN IN STUURT



Groei ontstaat niet vanzelf. Daar heb je een sterk merk, een slimme strategie en een flinke dosis lef voor nodig. Precies daar komen wij om de hoek kijken.

Of je nu een merk wilt bouwen, een website wilt vernieuwen of meer zichtbaar wilt worden online, wij helpen je van eerste idee tot eindresultaat. Geen ingewikkelde verhalen, maar creatief werk dat opvalt én werkt.

Onze specialiteiten

BRANDING

Een merkverhaal, identiteit en uitstraling die blijven hangen.

WEBDESIGN

Websites die er goed uitzien en bezoekers omzetten in klanten.

SOCIALS

Content die aandacht trekt en mensen in beweging brengt.

VORMGEVING

Van flyers tot campagnes. Alles in één herkenbare stijl.

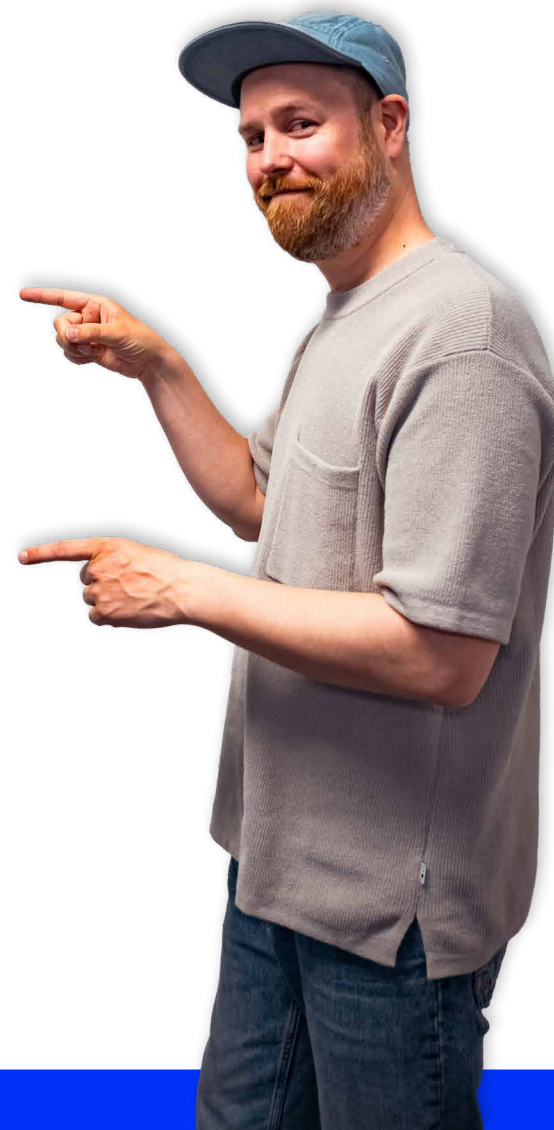
Voordat je een website laat bouwen, socials gaat vullen of een stapel flyers laat drukken: check je basis.

Want als je huisstijl niet klopt, wordt alles wat daarna komt een beetje nattevingerwerk. Een ander lettertype hier. Een afwijkende kleur daar. Voor je het weet lijkt je merk op een verzameling losse ideeën in plaats van één sterk verhaal.

5 praktische tips

- **Check je logo** Is je logo herkenbaar, professioneel en passend bij wie je nu bent?
- **Tel je kleuren** Gebruik je overal dezelfde kleuren? Of heeft iedere uiting inmiddels zijn eigen smaakje?
- **Typografie** Gebruik je meer dan twee lettertypes? Grote kans dat je merk onrustig oogt.
- **Leg alles naast elkaar** Bekijk je website, socials en drukwerk. Voelt het als één merk?
- **Durf anders te zijn** Val je op tussen de rest? Of lijkt je op nummer twaalf in een dozijn?

**DIKKE
TIPS!**





WEEK

LOR
KE
ERS

ELKE DAG
VERS  VAN
DE PLANK



LEKKER VAN
LORKEERS



Al meer dan 10 jaar werken
we samen met Lekker van
Lorkeers. Nu ze 20 jaar
bestaan, was het tijd voor
een frisse stap vooruit.
We begonnen waar het hoort:
bij de basis.



Waar het wringt

ÉÉN MERK, VEEL SMAKEN

De huisstijl was verouderd en nergens echt vastgelegd. Met meerdere locaties en concepten miste er één duidelijke lijn. Alles stond op zichzelf, terwijl het juist één sterk merk moet zijn.





Wat we deden

EÉN STIJL, ALLES KLOPT

We brachten alles terug naar de kern en ontwikkelden een heldere huisstijl met duidelijke richtlijnen. Vanuit daar bouwden we de complete branding. Een stevige basis voor alles wat nog komt.

[Bekijk meer op onze website](#)

lekker van
LORKEERS

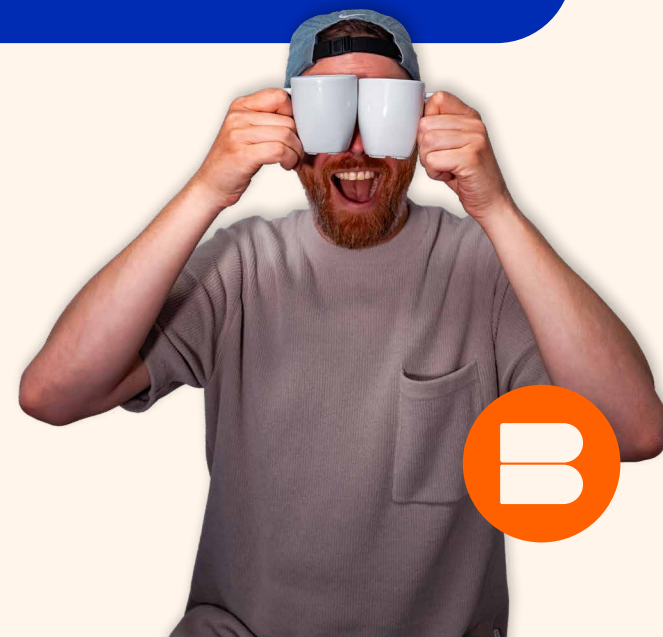
lekker van
LORKEERS



TOPPERS IN ONDERWIJS



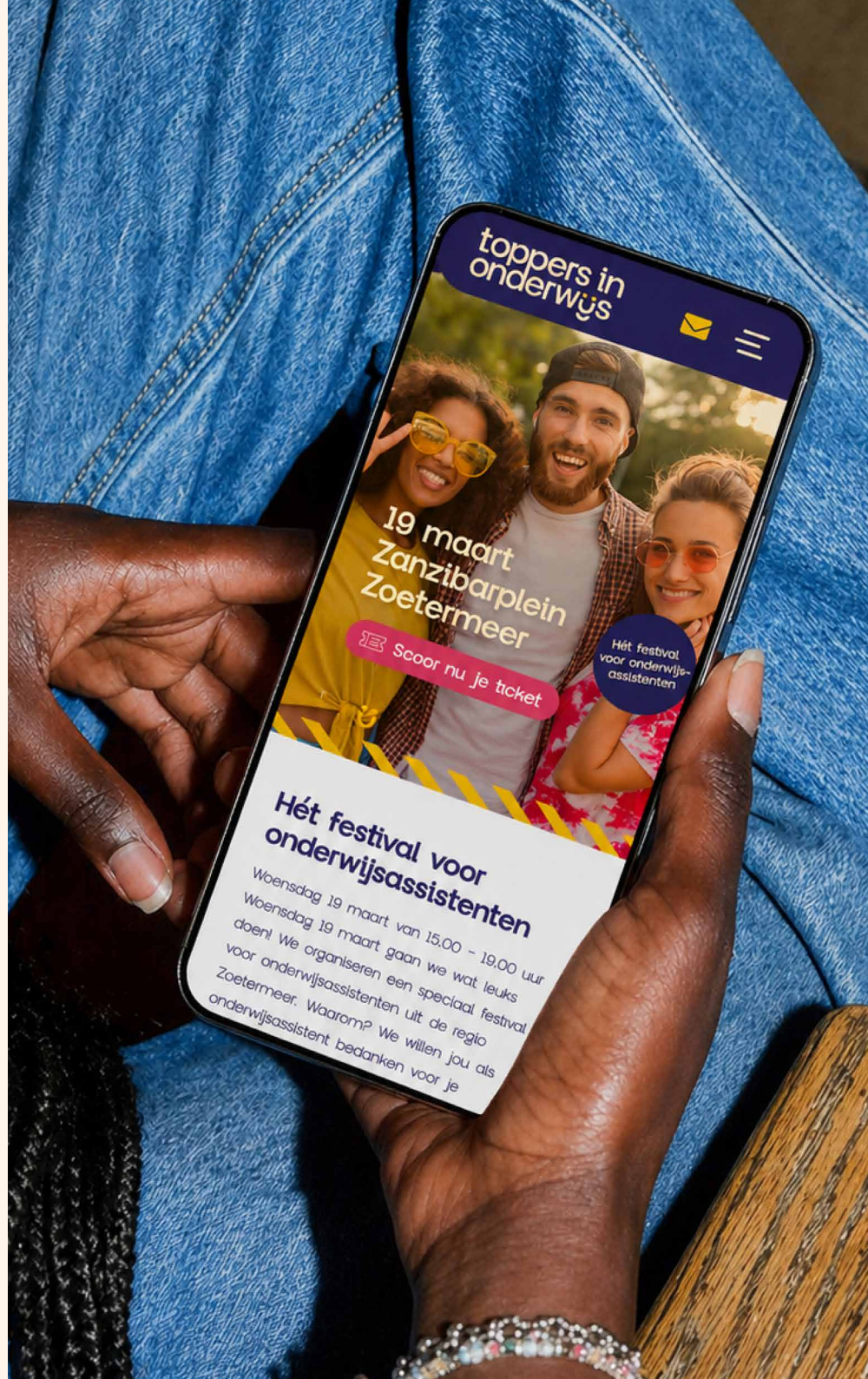
Een heldere merkidentiteit voor een onderwijsorganisatie die toe was aan één duidelijke koers. Een branding die iedereen binnen én buiten de organisatie herkent en die jarenlang mee kan groeien.



Waar het wringt

TERUG NAAR DE KERN

De basis stond, maar het voelde nog niet als één geheel. Overall zat potentie, maar het verhaal klopte nog niet helemaal. Dat hebben we rechtgetrokken. We zijn begonnen bij de kern. Waar sta je voor, wat wil je uitstralen en hoe zorg je dat iedereen dat op dezelfde manier vertelt. Vanuit daar hebben we de visuele stijl aangescherpt en keuzes gemaakt die het merk sterker en herkenbaarder maken. Geen losse onderdelen meer, maar één duidelijke lijn. In beeld, in taal en in gevoel. Alles klopt nu. En dat zie je meteen terug in hoe het merk overkomt.



Laat je talent stralen

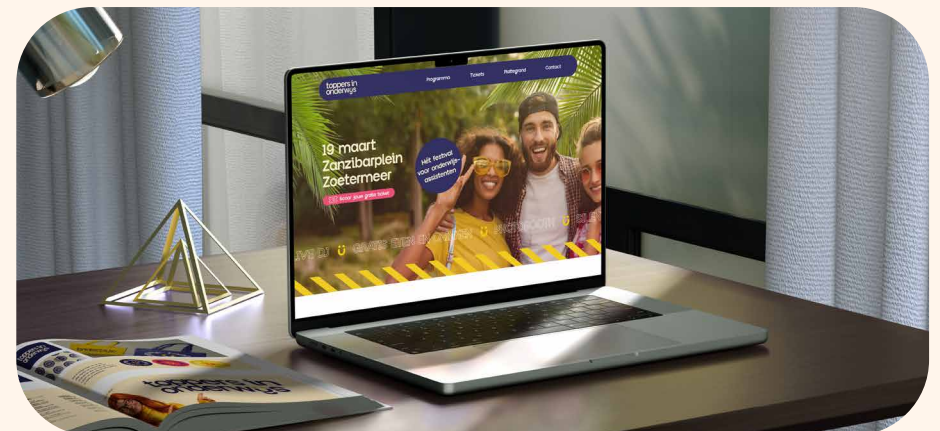


Wat we deden

VAN IDEE TOT IMPACT

De complete branding voor Toppers in Onderwijs. Samen met Bureau Sprekend hebben we voor Toppers in Onderwijs alles neergezet. Van een sterke huisstijl en duidelijke styleguide tot socials, promotiemiddelen, webdesign en posters. Geen losse eindjes, maar één lijn die overal klopt. Het resultaat is een uitstraling die staat. Herkenbaar, professioneel en volledig in lijn met hun verhaal. En dat zie je terug in alles wat ze naar buiten brengen.

Bekijk meer op onze website



Voor je socials hoef je niet iedere week opnieuw te bedenken wat je moet plaatsen. Met een beetje structuur wordt zichtbaar blijven een stuk makkelijker.

Wie alleen iets post wanneer er toevallig tijd of inspiratie is, verdwijnt al snel naar de achtergrond. Dat betekent niet dat je iedere dag online moet zijn. Beter drie goede, herkenbare berichten dan zeven posts waar geen lijn in zit.

5 praktische tips

- **Kies vaste onderwerpen** Werk met een paar terugkerende thema's. Dat maakt posten een stuk makkelijker.
- **Laat jezelf zien** Deel niet alleen werk, maar ook mensen en momenten achter de schermen.
- **Werk vooruit** Bedenk vooraf wat je wilt plaatsen. Dat voorkomt last minute stress.
- **Herhaal wat werkt** Goede onderwerpen mogen vaker terugkomen. Niet iedereen ziet alles.
- **Blijf herkenbaar** Houd stijl, kleur en tone of voice hetzelfde. Zo bouw je herkenning op.

**DIKKE
TIPS!**





RESTOBAR WOEST



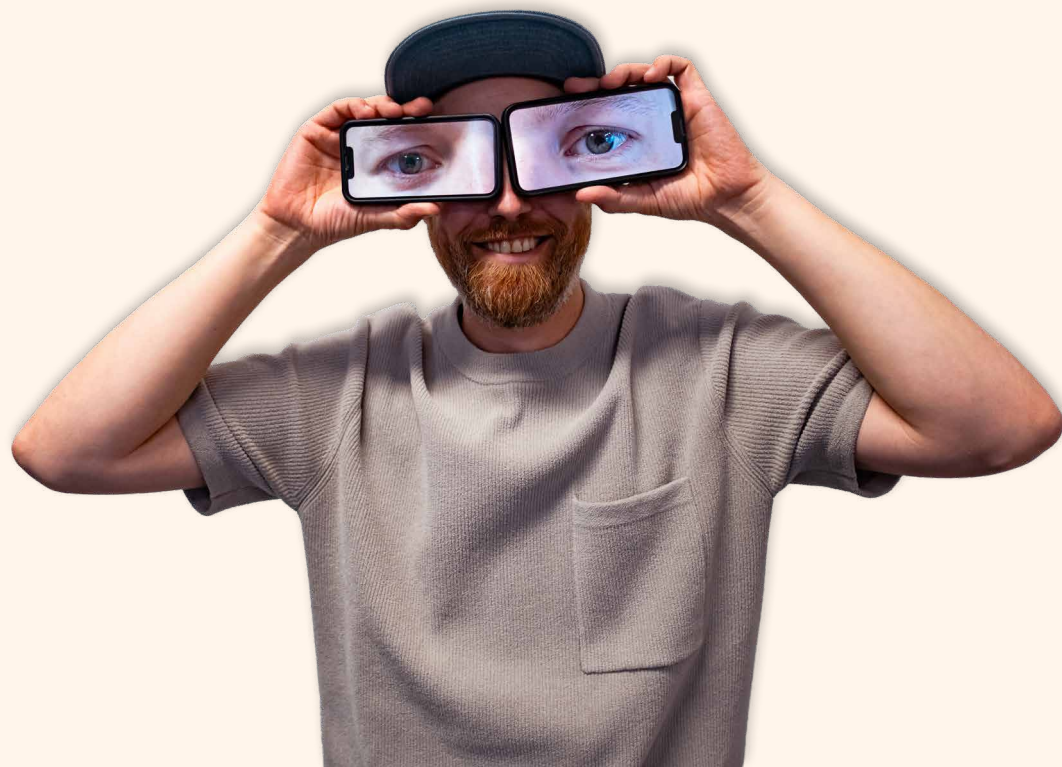
Woest is een nieuw restobar concept, vuur aan tafel, mediterrane warmte en eten dat met lef wordt gemaakt. De eigenaren zijn op zoek naar een locatie. De identiteit is er al. Stoer, herkenbaar en zonder gedoe.



Waar het wringt

GEEN GEZICHT, WEL SMAAK

De eigenaren van Woest weten precies wat ze willen neerzetten. Een restobar met mediterrane energie, kleine hapjes en een sfeer die je niet snel vergeet. Maar zonder locatie is het lastig om investeerders, partners of een pand te overtuigen. Ze hadden een sterk verhaal, maar nog geen gezicht.



Wat we deden

DE IDENTITEIT STAAT KLAAR

We bouwde de volledige visuele identiteit alvast op. Logo, kleurpalet, typografie, fotostijl en tone of voice, alles is er. Zodat Woest vanaf dag één herkenbaar is. Van uithangbord tot viltje, van menukaart tot social media. Het concept heeft nu een gezicht dat overtuigt nog vóór de deuren opengaan.

[Bekijk meer op onze website](#)





BUREAU SPREKEND



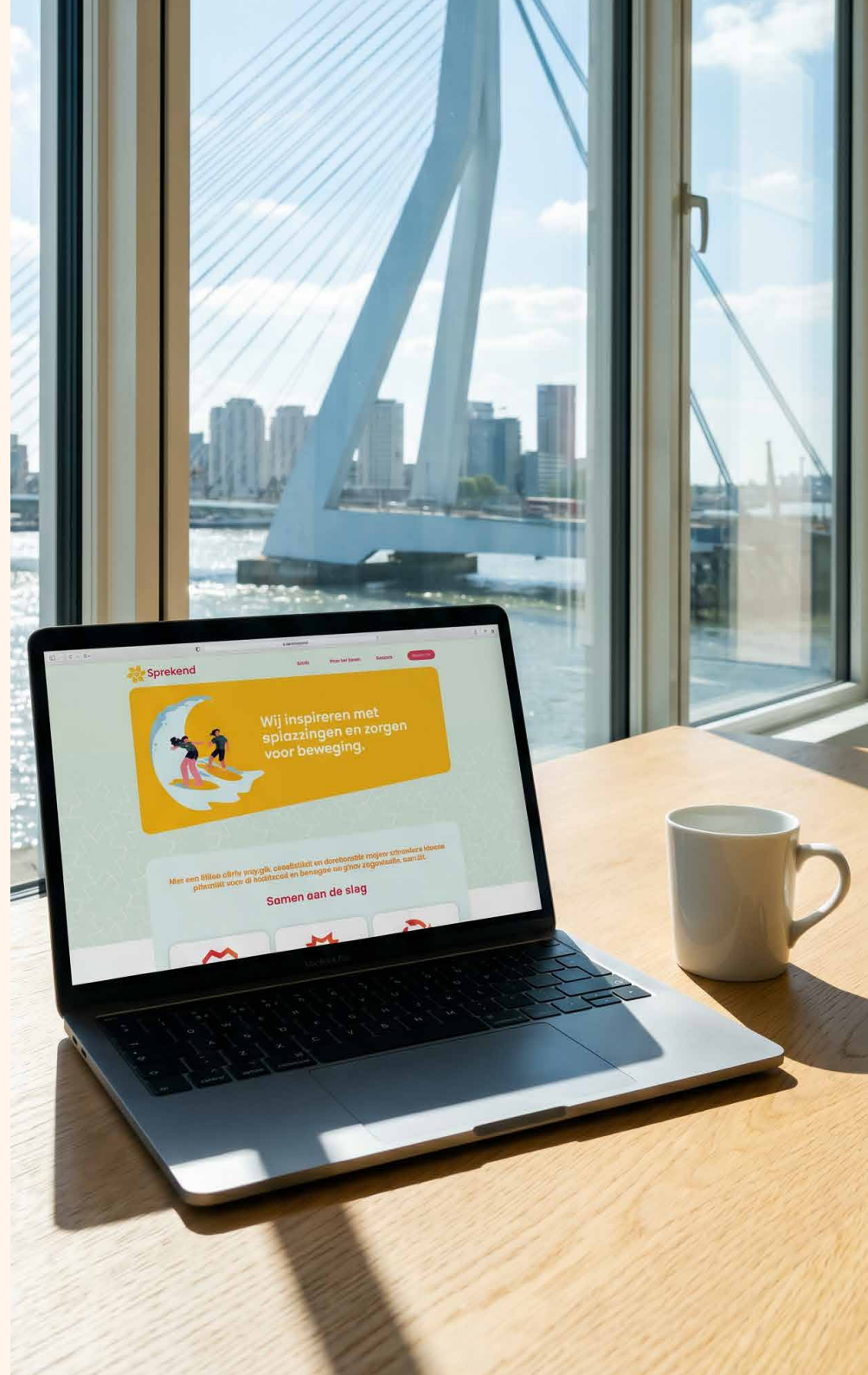
Sprekend wist al jaren wie ze waren. Maar de uitstraling vertelde dat verhaal nog niet. We bouwden alles op, van huisstijl tot website, van styleguide tot boekje. Sprekend zoals het voelt.



Waar het wringt

POTENTIEEL ZONDER PODIUM

Sprekend heeft twintig jaar ervaring, een scherp verhaal en een heldere missie. Maar de visuele uitstraling hield dat niet bij. Er was geen consistente huisstijl, geen herkenbare lijn en geen materiaal dat het verhaal van Sprekend écht vertelde. Voor een bureau dat organisaties helpt met identiteit en communicatie, was dat geen houdbare situatie.





Regenstroom



Uitdagend
Scherp
Energiek
Doelgericht



Prinske Naeres

Cerise

Amber

Orange

Sprekend®

Verlaag - omhoog / oploos

Verlaag - omlaag / Holgaloos



Typografie

Brockmann

Private Nisratyge

Hij 400 en Glex

Wij zijn Sprekend.

Hij 400 st-112 ps

Wij Reginnen met opdagelagio.

Wit negotin en erschilf ossin 1680.

Body 400 et-18 ps

Dat zijn m asse kane sem, achion en ruoststagerdile vegetesolice. Betis lo wator tto weneleji eer pasjoensuiche. Het o vring, kon n, ire keikes delg, er a tot wewopnagerveelidlogjering.

Misguiv
Misgium
Sevthold
Skid

Itelic
Msdons Italic
Sootherd Italic
Boal Itelic



Sprekend®

Sprekend®

Sprekend®

Iconen & stijelementen

Wat?

Stark preliel
Cathook

Heidere toers
Sharps

Goed verhel
Dopenredie

Nie wern hoz apitzacke vendah
gnt op so wilem het zen kule
et da cloglerwent.

Het gerhom, gefeვენet op; het bendentek
vesverket br tradevokakund en wigt ven dliogel
etaterer ead oonolice sijk, fee beidi: vevrenvalait
So dithiem Etchagooni, ok delagevaimack,
oalMabe itumJulukijh rogivites Sphice en
hwakter Imgit.

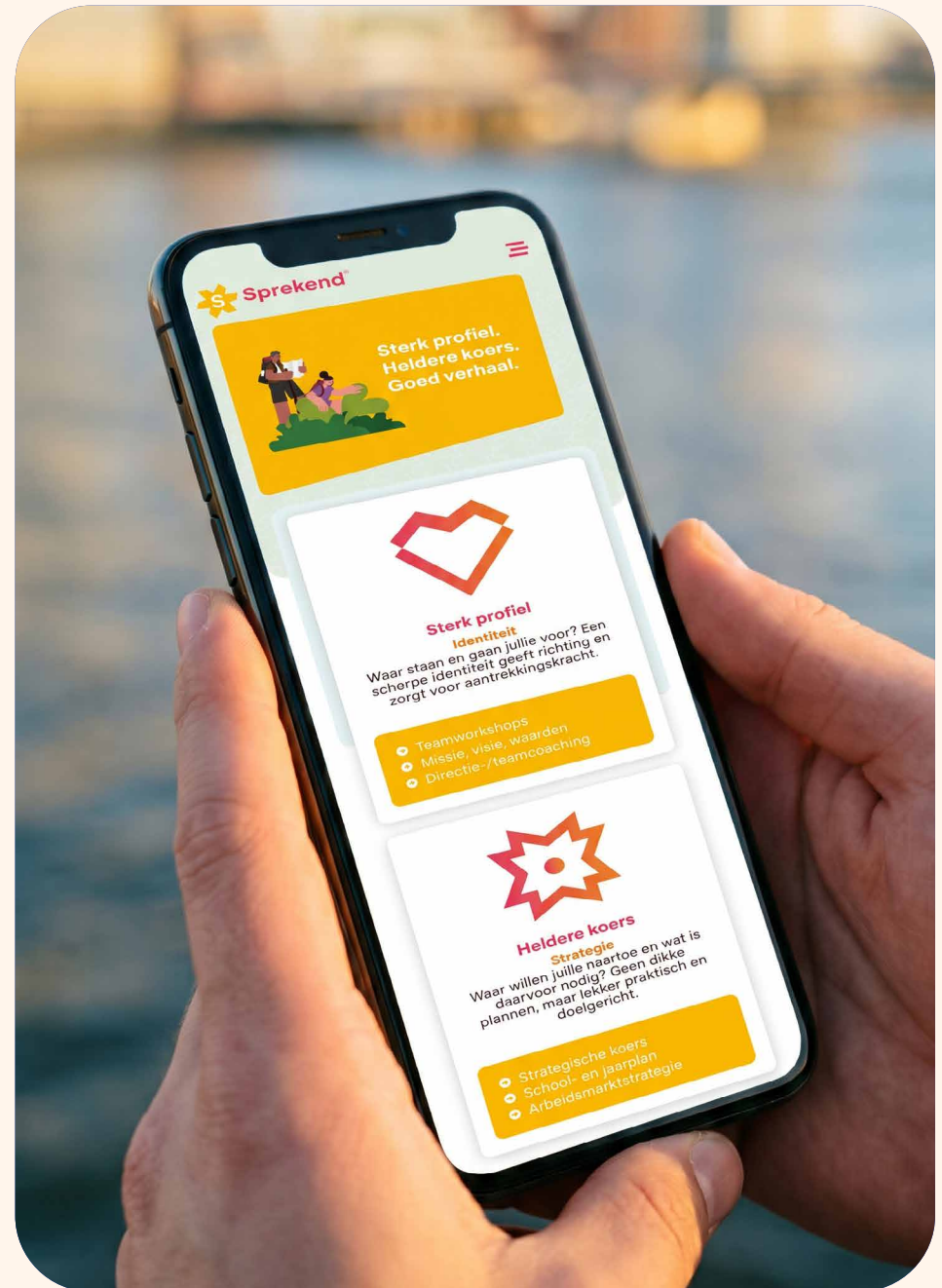
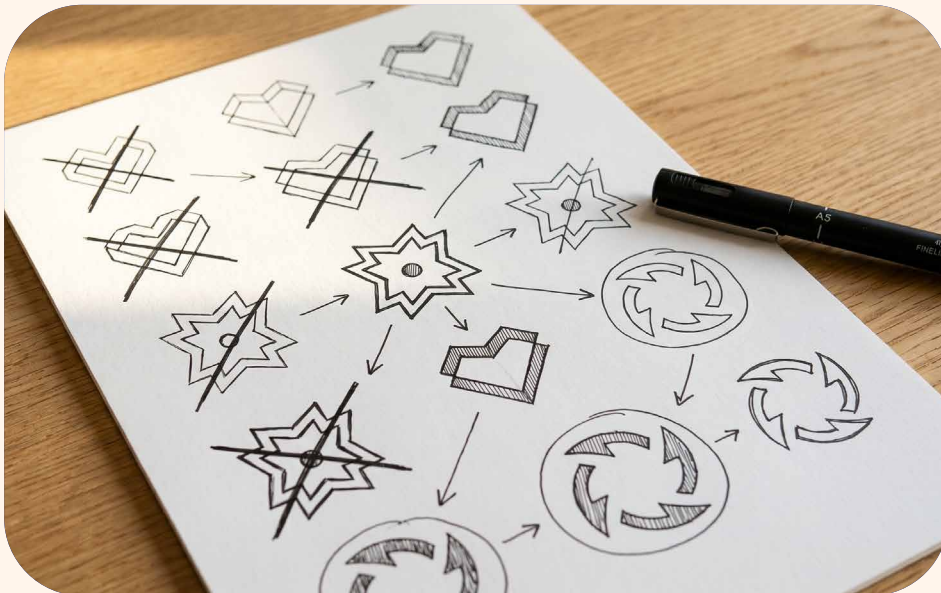


Wat we deden

EÉN STIJL, ALLES KLOPT

We brachten alles terug naar de kern en ontwikkelden een heldere huisstijl met duidelijke richtlijnen. Vanuit daar bouwden we de complete branding. Een stevige basis voor alles wat nog komt.

Bekijk meer op onze website



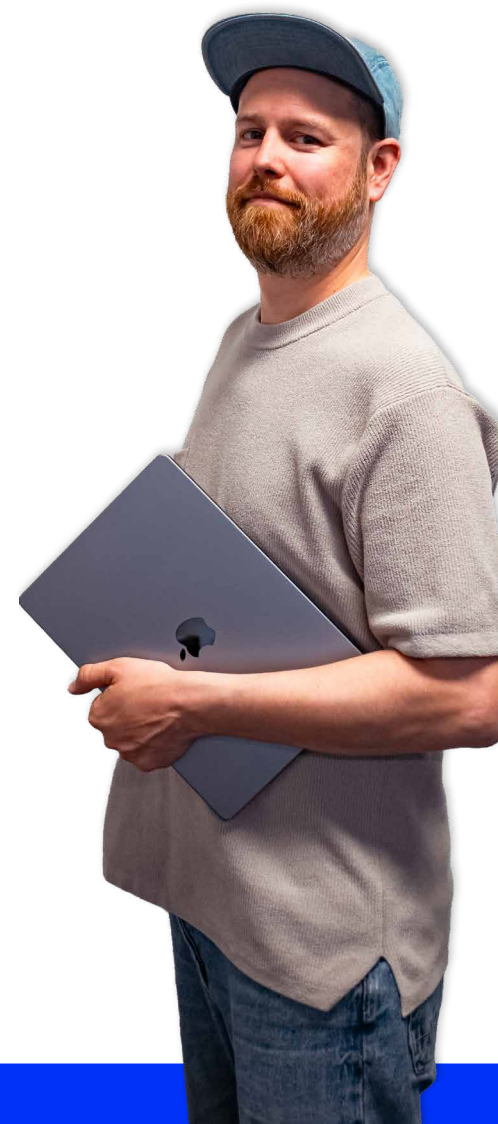
Je website moet er goed uitzien, maar vooral duidelijk zijn. Bezoekers moeten binnen een paar seconden snappen wie je bent, wat je doet en waar ze moeten klikken.

Een mooie website die niemand begrijpt, doet uiteindelijk weinig voor je. Zorg daarom voor rust, duidelijke keuzes en een logische opbouw. Hoe makkelijker iemand zijn weg vindt, hoe groter de kans dat diegene contact opneemt, reserveert of een aanvraag doet.

5 praktische tips

- **Maak het direct duidelijk** Vertel bovenaan meteen wat je doet en voor wie.
- **Geef richting** Zorg dat bezoekers altijd weten wat de volgende stap is..
- **Denk mobiel** Check je website vooral op je telefoon. Daar komt vaak het meeste bezoek vandaan.
- **Schrap wat niet nodig is** Te veel tekst en keuzes leiden af. Houd alleen wat echt helpt.
- **Maak contact makkelijk** Laat niemand zoeken naar een telefoonnummer, formulier of reserveringsknop.

**DIKKE
TIPS!**





NORDQUEST PROJECTS



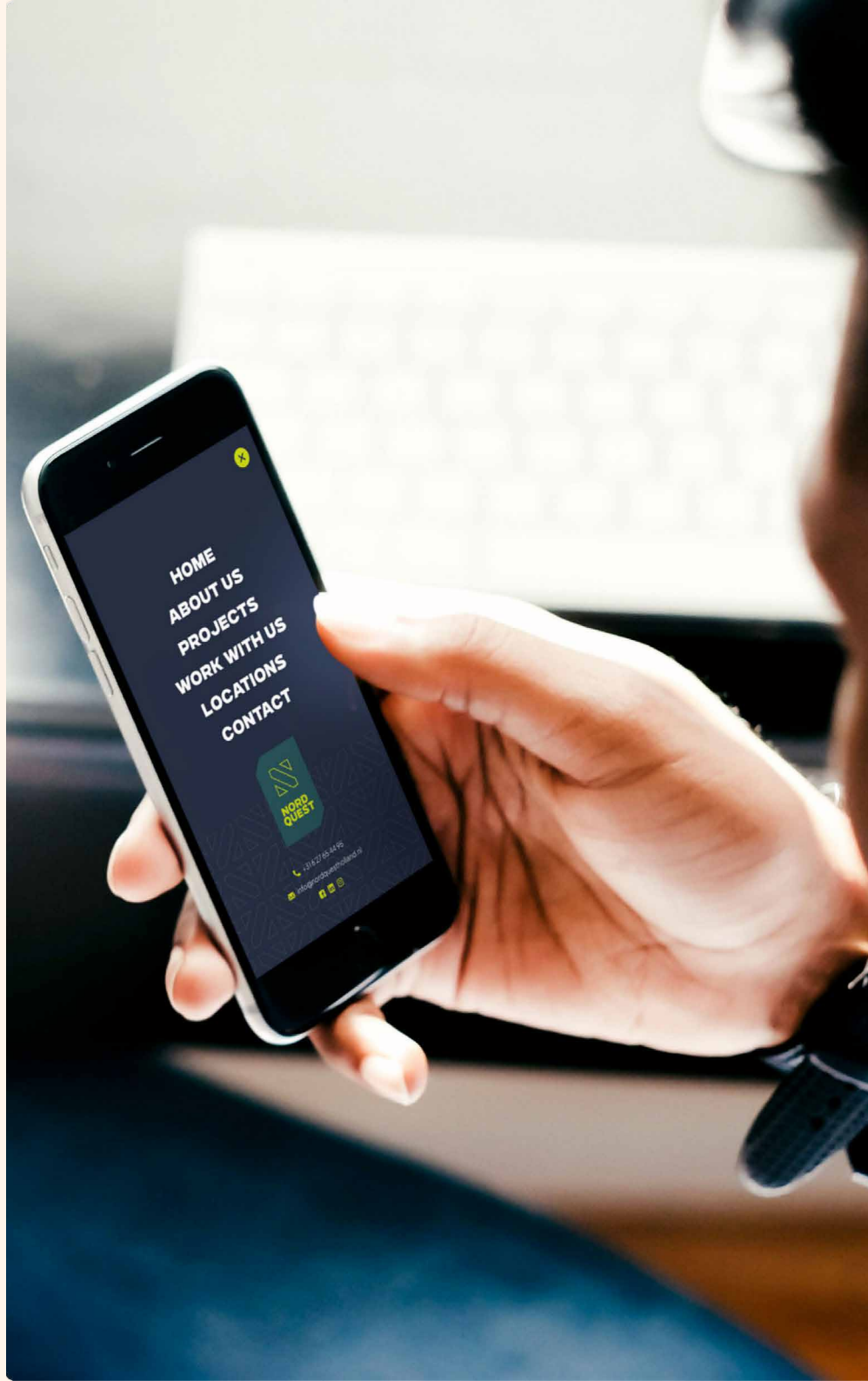
Al meer dan 5 jaar werken we samen met Nordquest. Van foodtrucks ontwerpen tot menukaarten, folders en drukwerk. Nu mochten we voor hen een nieuwe huisstijl met alles eromheen bedenken.



Waar het wringt

EEN STOERDERE UITSTRALING

De huisstijl mochten we upgraden, het moest meer masculiner en minder klinisch. Door naar een uitstraling die past in hun sector die vooral gericht is op mannen. Een herkenbaar merk.





NORDQUEST

[ABOUT US](#)

[PROJECTS](#)

[WORK WITH US](#)

[LOCATIONS](#)

[CONTACT](#)

**WHERE PREMIUM
CATERING MEETS
DATACENTER
PRECISION**



**FEEDING TEAMS AND
FUELING SMILES**



IT'S PERSONAL
✓ Custom menus



SIGNATURE STYLE
✓ Warm vibes



OUR DAILY GOALS
✓ Tasty meals



Wat we deden

EÉN STIJL, ALLES KLOPT

We brachten alles terug naar de kern en ontwikkelden een heldere huisstijl met duidelijke richtlijnen. Vanuit daar bouwden we de complete branding. Een stevige basis voor alles wat nog komt.

[Bekijk meer op onze website](#)

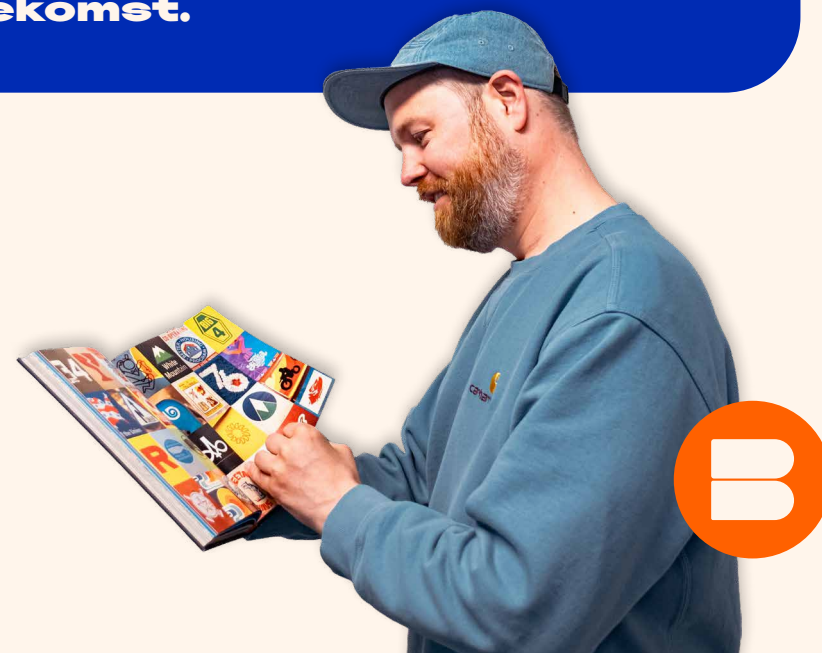




DUURGROEI ADVIES



DuurGroei laat zien dat verduurzamen niet ingewikkeld hoeft te zijn. Met persoonlijk advies, snelle service en slimme energieoplossingen helpen ze bedrijven en particulieren stap voor stap naar een duurzame toekomst.



Waar het wringt

NIEUWE NAAM NIEUWE IDENTITEIT

Toen het bedrijf werd overgenomen, bleef er weinig over van de oorspronkelijke identiteit. De oude naam sloot niet meer aan bij de nieuwe koers en de uitstraling voelde versnipperd en verouderd. Er was behoefte aan een frisse start met een naam die past bij de ambitie én een huisstijl die vertrouwen en richting geeft. Daarom hebben wij een nieuwe naam ontwikkeld en een complete visuele identiteit neergezet die weer klopt met waar het bedrijf nu voor staat.



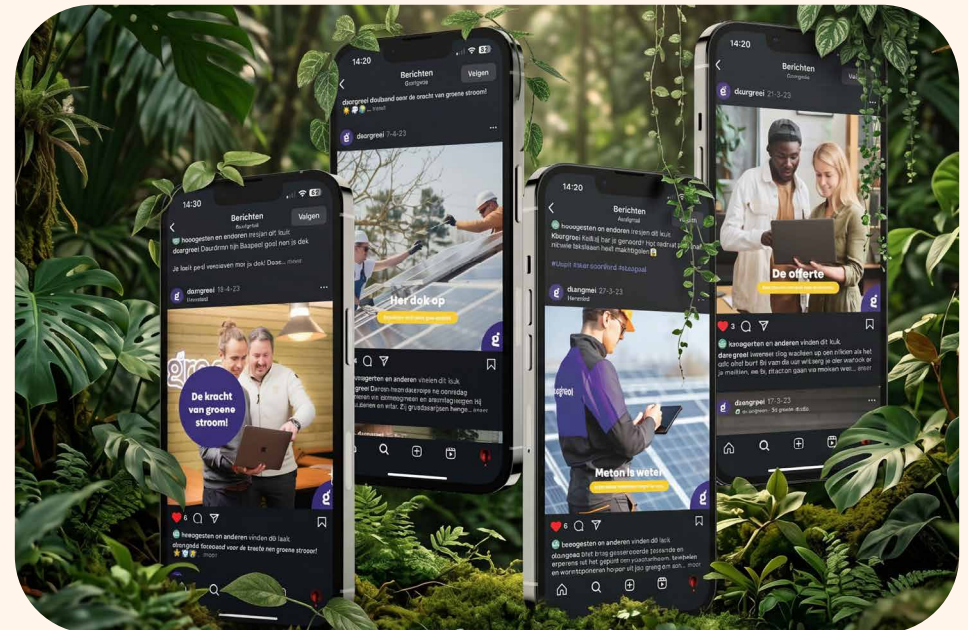
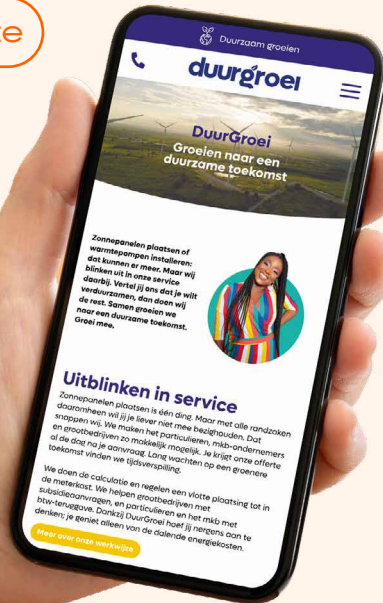


Wat we deden

NIEUWE HUISSTIJL EN SOCIALS

We hebben het merk opnieuw opgebouwd met een nieuwe huisstijl en een duidelijke visuele richting die past bij de nieuwe naam en ambitie. Daarna hebben we de website ontworpen en ingericht zodat het verhaal helder en overtuigend wordt verteld. Ook hebben we de social media aanpak opgezet, inclusief contentplanning en het maken van content die het merk consequent en herkenbaar neerzet.

Bekijk meer op onze website



Goede fotografie laat zien wie je bent zonder dat je daar veel woorden voor nodig hebt. Zorg daarom dat je beelden qua sfeer, licht en kleur bij elkaar passen en echt voelen als jouw merk.

Gebruik je overal ander soort beeld, dan wordt je uitstraling al snel rommelig. Met een duidelijke beeldstijl zorg je juist voor herkenning op je website, socials en drukwerk.

5 praktische tips

- **Kies één sfeer** Zorg dat licht, kleur en uitstraling bij elkaar passen.
- **Gebruik echt beeld** Eigen foto's voelen persoonlijker en geloofwaardiger dan standaard stock.
- **Laat mensen zien** Gezichten maken je merk menselijker en zorgen voor meer herkenning.
- **Denk vooruit** Bepaal vooraf welke beelden je nodig hebt en waar je ze voor gaat gebruiken.
- **Trek de stijl door** Gebruik dezelfde beeldstijl op je website, socials en drukwerk.

DIKKE TIPS!





RAW 013 TILBURG



RAW heeft lef, liefde en een rauw randje. Alleen de huisstijl bleef achter. We brachten de visuele identiteit op niveau, gelaagd, herkenbaar en klaar voor de volgende twintig jaar.



Waar het wringt

KARAKTER ZONDER GEZICHT

RAW heeft het allemaal. Een plek gebouwd op eigenheid, een industrieel pand vol verhaal en gerechten waar mensen voor terugkomen. Maar de visuele uitstraling? Die vertelde dat verhaal niet. Geen consistente lijn, geen houvast. Online, op de kaart, het voelde overal net iets anders. Voor een plek die er twintig jaar wil staan, was dat geen optie meer.



ÉÉN DRANKJE?
DAT ZEGGEN
ZE ALLEMAAL



LUNCH

VOOR DE TREK



Oorslilig sannen

RAW LUNCH PLANK VOOR 2

2 belogte lotarhannen en
2 kurtogaanseta ceeples

Spogelaren

Soterhan uasnaat, boterhan
makreel, boterhan halzzeret,
beepdäänstietse oep net opeajee

Frysonkoech

boterhan perpeeshzrmmn boterhan
oedkusaanide, boterhan
oestarapamerzier, nentenlebes oep

DIKKE
TIP!

CHICKEN & WAFFLES

hoteen waltse, gecombuate Ohz, nnyie
oyreb, baem, oitzyflanne, innien

Oet vegan sactiln, omlitzywar & vezien

BOSPADDENSTOELEN SOEP

Uzilzomaakte peddentooten soep,
peddenstoele, roza, sgabje

WORTELKOKDS SOEP

Dologemmake vorteltotse soep,
gemalan hotee, pallezax

HERFST SALADE

Tallate, snerba, mnde bist, andrastonteo,
getroegde vijg, haleominz, veleolan,
vegan fubs orine, peactrak nrootran

FRESH
SALAD



FOLLOW US

Volg ons op onze
socials voor laake
resacanten, shanubije
en een klijje sotbr
de eohermen.

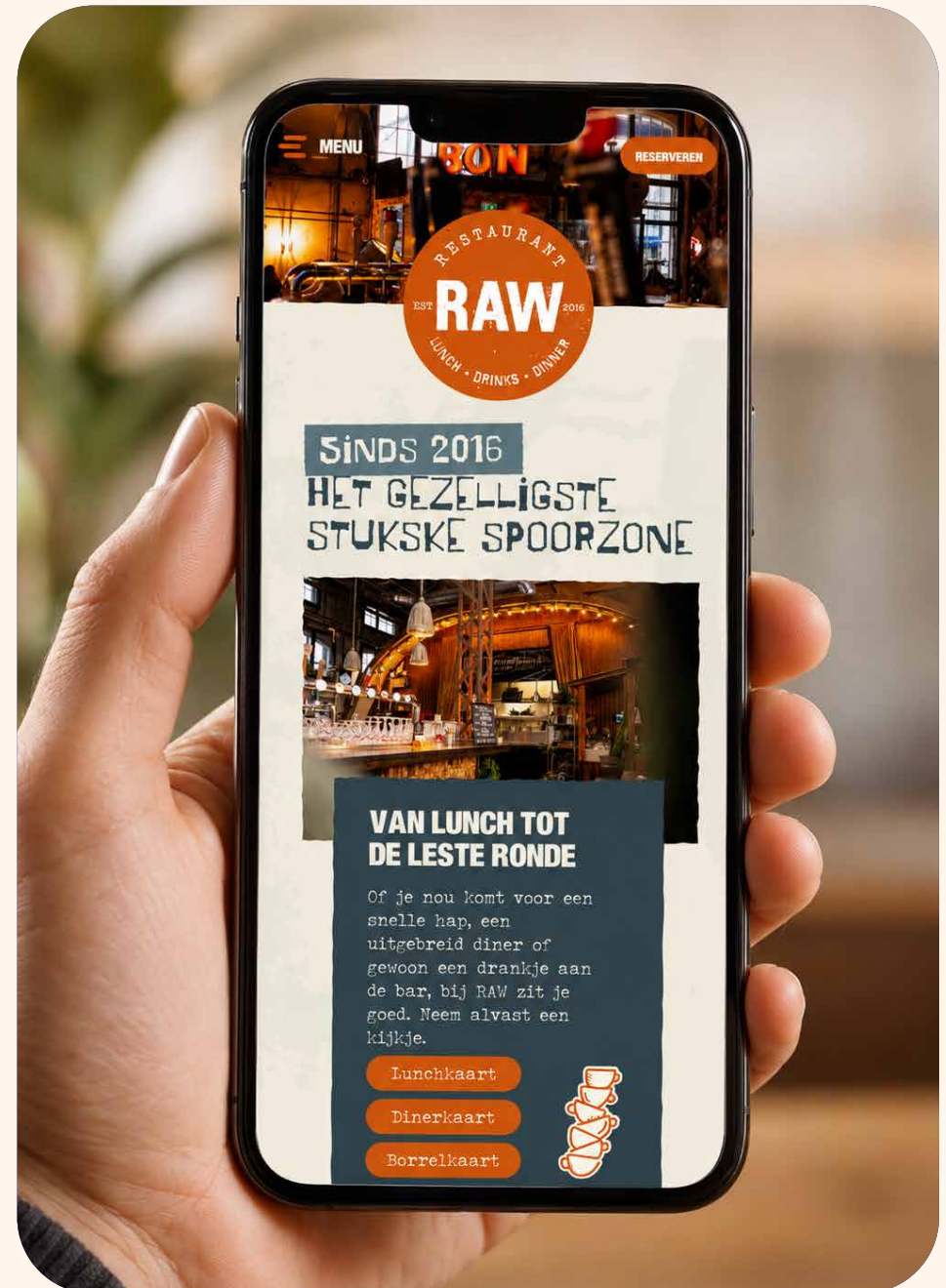


Wat we deden

RUW, MAAR RAAK

Geen compleet nieuw verhaal. Wel een doorontwikkeling van wat er al stond. We bouwden een volledige visuele identiteit, kleurpalet, typografie, illustraties en een styleguide als fundament. Stoer waar het stoer moet. Warm waar het warm moet. En beeldmateriaal dat voelt alsof je er zelf bij zit, van dampende biefstuk in jus tot een volle cocktailbar op vrijdagavond.

[Bekijk meer op onze website](#)



BISTRO DE OALE STE



Al meer dan 5 jaar trekken we samen op met Bistro de Oale Ste. Van sociale tot design en drukwerk, we regelen van alles. Na de brand in 2025 was het tijd voor een frisse start. Dus zijn we samen met Bert-Jan de keuken ingedoken.



Waar het wringt

VEEL IDEEËN WEINIG TIJD

Bert-Jan is een ondernemer pur sang en barst van de ideeën. Naast zijn werk als chefkok denkt hij overal in mee en stilzitten doet hij eigenlijk nooit. Maar ook zijn dagen hebben maar 24 uur. Daarom schakelt hij ons in voor het creatieve stuk, zodat hij zich volledig kan focussen op het restaurant.





Lunchkaart

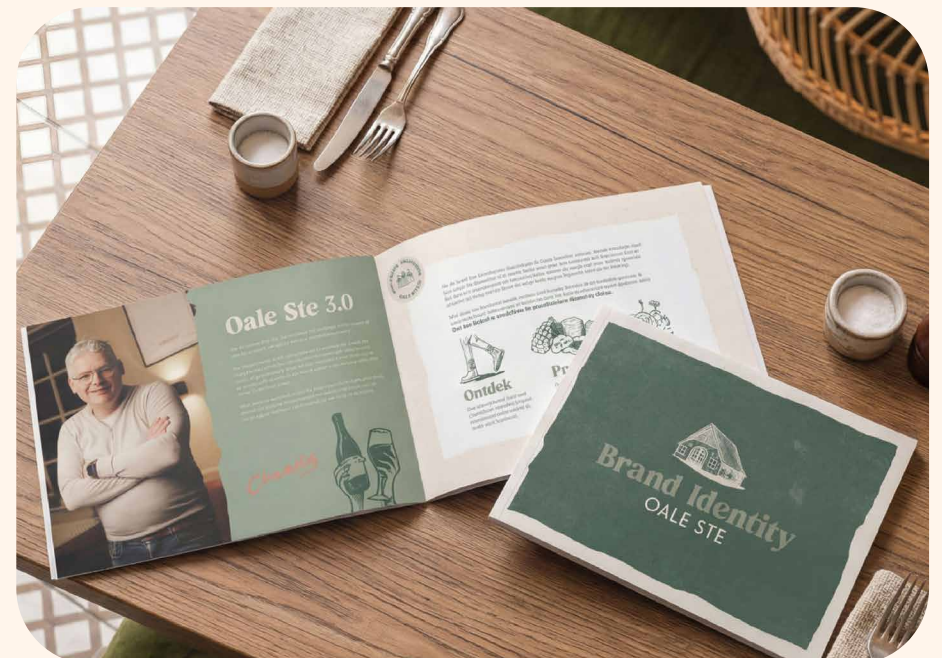
Dinsdag 14 maart	
Salade van lente groenten	€ 4,50
Salade van lente groenten met kip	€ 6,50
Salade van lente groenten met vis	€ 7,50
Salade van lente groenten met vlees	€ 8,50
Salade van lente groenten met kaas	€ 5,50
Salade van lente groenten met fruit	€ 4,50
Salade van lente groenten met noten	€ 5,50
Salade van lente groenten met zaden	€ 4,50
Salade van lente groenten met kruiden	€ 4,50
Salade van lente groenten met olie	€ 4,50
Salade van lente groenten met azijn	€ 4,50
Salade van lente groenten met honing	€ 4,50
Salade van lente groenten met mosterd	€ 4,50
Salade van lente groenten met ui	€ 4,50
Salade van lente groenten met knoflook	€ 4,50
Salade van lente groenten met paprika	€ 4,50
Salade van lente groenten met courgette	€ 4,50
Salade van lente groenten met aubergine	€ 4,50
Salade van lente groenten met tomaat	€ 4,50
Salade van lente groenten met komkommer	€ 4,50
Salade van lente groenten met wortel	€ 4,50
Salade van lente groenten met pastinaak	€ 4,50
Salade van lente groenten met rutabaga	€ 4,50
Salade van lente groenten met biet	€ 4,50
Salade van lente groenten met knolknoflook	€ 4,50
Salade van lente groenten met knolpastinaak	€ 4,50
Salade van lente groenten met knolwortel	€ 4,50
Salade van lente groenten met knolreep	€ 4,50
Salade van lente groenten met knolbiet	€ 4,50
Salade van lente groenten met knolknoflook	€ 4,50
Salade van lente groenten met knolpastinaak	€ 4,50
Salade van lente groenten met knolwortel	€ 4,50
Salade van lente groenten met knolreep	€ 4,50
Salade van lente groenten met knolbiet	€ 4,50

Wat we deden

NIEUWE HUISSTIJL EN SOCIALS

Na de brand in 2025 was het tijd om het anders aan te pakken. Het logo bleef staan, maar de branding en socials konden wel een frisse nieuwe uitstraling gebruiken. Samen met Bert-Jan zijn we de keuken ingedoken en hebben we de complete huisstijl vernieuwd. Van kleuren en lettertypes tot stijlelementen die echt bij de bistro passen. Ook de socials nemen we volledig uit handen. Van contentplanning tot fotografie en videocontent, zodat Bert-Jan zich kan focussen op waar hij goed in is.

[Bekijk meer op onze website](#)



**OOK BOUWEN
AAN EEN MERK
MET **BALLEN?****

Let's talk! →