



05-11-2011

## Workshop 'Breng eenheid in je huisstijl'

Dinsdagavond 11 oktober 2011 waren we te gast bij de ViZi workshop "Breng eenheid in je huisstijl" door Cora Verhagen van Studio Neeltje. De workshop vond plaats in het atelier van ViZi lid Kitty Boom van Dubbelknus interieur. Cora vertelde ons interessante informatie over hoe je eenheid in je communicatiemiddelen kunt brengen. Aan de hand van haar kennis over vormgeving en veel goede en slechte voorbeelden liet ze ons zien waar je op moet letten.

Een aantal waardevolle tips die Cora ons gaf waren:

- Als je weet welke waardes je wilt uitdragen met je merk, kun je dit vertalen naar je huisstijl
- Een huisstijl bestaat meer uit alleen een logo, ook je vaste lettertype, opmaak, kleurgebruik en fotogebruik horen erbij
- Gebruik niet meer dan 4 lettertypes in je huisstijl-uitingen
- Kies kleuren die passen bij de aard van je bedrijf en bij jou als persoon
- Een handleiding van je huisstijlgebruik op papier zetten kan heel waardevol zijn

Cora heeft zelf een heel duidelijk en leuk artikel over dit onderwerp geschreven. Zie volgende pagina's. Erg nuttig, lezen dus!

Door: Roos Anemaet

# Wat voor lettertype ben jij?

door: Cora Verhagen, Studio Neeltje



Iedere ondernemer wordt ermee geconfronteerd: **tekst**. Tekst op je website, tekst op je visitekaartje, tekst op je flyers, tekst op je posters, tekst op je blog en schrijf zo maar door. Eigenlijk ben je als ondernemer meer met tekst bezig dan je zou denken, maar in hoeverre ben je je er daadwerkelijk van bewust of de tekst die je gebruikt ook op een goede manier is vormgegeven? Doe onderstaande test en leer handige basisprincipes waarmee je jouw merk visueel sterker maakt.

## Startvraag

*Welke stelling is het meeste van toepassing op jou?*

- A.** Mijn huisstijl en communicatiemiddelen zijn als mijn kinderen; Ik verzorg ze met liefde en hou me er intensief mee bezig.
- B.** Mijn huisstijl knutselde mijn handige neefje in een avondje in elkaar. Als ik een folder moet maken, maak ik die zelf in Word. Mijn lievelingslettertype is Comic Sans.
- C.** Ik zou het graag helemaal anders willen, maar heb geen flauw idee hoe ik dit eigenlijk aan moet pakken, dus stel ik het uit.

Is jouw antwoord **A**, dan zijn mijn tips waarschijnlijk overbodig. Jij hebt allang door hoe belangrijk het is om jouw communicatiemiddelen een eigen gezicht te geven en denkt vooral aan wat het je oplevert en niet aan wat het je kost.

Is jouw antwoord **B** en ben je tevreden met jouw huisstijl? Als dit jou levert wat je nodig hebt dan is dit voor jou op dit moment voldoende.

Is jouw antwoord **C**, dan geeft dit artikel jou misschien de aanleiding om enthousiast en actief met je communicatievormgeving aan de slag te gaan.

*Tip: Vraag eens aan klanten of vrienden hoe zij de vormgeving van jouw communicatiemiddelen vinden. Wellicht biedt dit inzichten die je zelf nooit zou ontdekken.*

## Handschrift

Zoals je op papier een handschrift hebt ontwikkeld, zo kun je dat ook ontwikkelen voor getypte teksten. Hoe je dat doet? Met het gebruik van lettertypes, kleur en opmaak geef jij jouw communicatiemiddelen een eigen gezicht. Hiermee zorg je ervoor dat de communicatie voor klanten net zo herkenbaar wordt als jouw handschrift voor de mensen in je directe omgeving.

In dit artikel zal ik je enkele tips geven die je met een beetje inspanning zelf toe kunt passen.

## Lettertypes

Binnen lettertypes heb je grofweg gezegd twee soorten: schreefletters en schreefloze letters. Een schreef is een kleine decoratie aan de uiteindes van een letter. Het bekendste voorbeeld hiervan is lettertype **Times**. Schreefloze letters hebben dit niet en hebben strakke uiteindes. Een bekend voorbeeld hiervan is lettertype **Arial**.

Doorgaans ogen schreefletters wat klassieker en schreefletters wat moderner. Of je kiest voor een schreefletter of een schreefloze letter is afhankelijk van de sfeer die je neer wilt zetten.

Heb je bijvoorbeeld een webwinkel met hippe kleding, kies dan ook moderne lettertypes die deze merkbeleving ondersteunen.



# Lettertypes



## Lettertype vraag

*Welke stelling is het meeste van toepassing op jou?*

- A.** De lettertypes in mijn communicatiemiddelen zijn met zorg uitgekozen en op elkaar afgestemd.
- B.** Ik heb me eigenlijk nog nooit verdiept in lettertypes en gebruik al jaren hetzelfde lettertype voor alles wat ik maak.
- C.** Er zijn zoveel leuke lettertypes dat ik niet kan kiezen, daarom gebruik ik iedere keer weer een ander lettertype, zodat ik vernieuwend over kom op mijn klanten.



Koos jij voor antwoord **A**? Wat goed dat je hier kritisch naar kijkt. Jouw huisstijl ziet er vast al heel verzorgd uit.

Heb jij antwoord **B** gekozen? Besef je dan dat het de moeite loont om je eens te verdiepen in de lettertypes voor jouw communicatie. Onderscheidende lettertypes zorgen voor herkenbaarheid bij jouw klanten en maken je merk sterk (denk bijvoorbeeld aan Coca Cola). De lettertypes die standaard op je computer staan zijn prima te gebruiken, maar wist je dat er tal van websites zijn waar je gratis lettertypes kunt downloaden of kunt kopen? Misschien vind je hier net dat ene lettertype waarmee jij jouw communicatie een eigen gezicht kan geven.

Heb jij antwoord **C** gekozen? Ik adviseer je drie lettertypes te gebruiken in alle communicatiemiddelen die je maakt. Een vierde is eventueel ook mogelijk als je het kunt verantwoorden en er op een goede manier mee om weet te gaan. Wanneer je namelijk iedere keer (of in één medium) teveel lettertypes gebruikt maakt dat een chaotische indruk en werk je niet aan het bouwen van een herkenbare huisstijl.

Bij het ontwerpen van huisstijlen heb ik voor mezelf de volgende regels in mijn achterhoofd: Ik kies één opvallend lettertype voor het gebruik van kopjes en ik kies één goed leesbaar lettertype voor het gebruik van alle teksten. Daarnaast kies ik ook nog één of maximaal twee ondersteunende lettertypes die je kunt gebruiken voor bijvoorbeeld subkopjes.

> *Een herkenbaar lettertype maakt je merk sterk*



In mijn keuze voor lettertypes onderzoek ik of ze bij elkaar passen. Dat is een gevoelskwestie, maar ik let er vooral op dat ze elkaar versterken. Het is hierbij helemaal niet erg als ze onderling verschillen, als ze samen maar een (visueel) interessante combinatie vormen. Vervolgens zorg ik ervoor dat in alle uitingen ook alleen maar deze lettertypes worden gebruikt. Voor klanten is dit op een gegeven moment herkenbaar, zeker als je lettertypes hebt gekozen die niet iedereen al gebruikt.

*Tip: Kijk eens hoeveel verschillende lettertypes jij op dit moment in je communicatie gebruikt. Zijn het er meer dan vier? Zo ja, welke lettertypes zijn overbodig?*

Wist je trouwens dat grote bedrijven zelfs zogenaamde 'designmanuals' hanteren? Dat is een uitgebreide gebruiksaanwijzing voor hoe er met de huisstijl moet worden omgegaan en beschrijft de lettertypes, lettergroottes, kleurgebruik, opmaakstijlen van o.a. folders en posters en beschrijft zelfs hoe foto's moeten worden gebruikt. Daar sta je als consument toch eigenlijk nooit bij stil?



## Kleur

Je kunt kleur toepassen door je tekst te kleuren, maar ook om vlakken (bijvoorbeeld achter je tekst) te kleuren. Veel bedrijven hebben in hun logo een bepaalde kleur die ook weer terugkomt in andere onderdelen van hun communicatie, ook dit werkt mee aan de herkenbaarheid van je merk.

## Kleur vraag

*Welke stelling is het meeste van toepassing op jou?*

- A.** De kleuren van mijn communicatiemiddelen heb ik met zorg uitgekozen en voer ik door in al mijn materialen.
- B.** Ik hou van kleur en gebruik in al mijn communicatie de kleuren die op dat moment trendgevoelig zijn.
- C.** Mijn logo is zwart en blauw en dit pas ik toe ik al mijn communicatie materialen.

Is jouw antwoord **A**? Jij weet de juiste sfeer neer te zetten voor jouw merk en voelt waarschijnlijk goed aan wat jouw klanten aanspreekt.

Is jouw antwoord **B**? Wat voor lettertypes geldt, geldt ook voor kleurgebruik. Ook als je hierin consequent bent bereik je herkenbaarheid bij je klanten. Kies een kleurenpalet wat past bij jouw onderneming. Kies ook hier niet meer dan vier kleuren. Gebruik kleuren die passen bij de aard van je onderneming.

Het is niet erg om je kleuren af en toe te wisselen, maar zorg er dan voor dat andere onderdelen van je communicatie niet ook nog eens mee veranderen. Bewaak de continuïteit.

Is jouw antwoord **C**?

Prima als je ervoor kiest om twee kleuren te gebruiken. Wanneer je drukwerk laat maken is dit vaak ook voordeliger, maar bij kleine oplages wordt tegenwoordig het meest gekozen voor digitaal printen. Bij digitaal printen kun je naar hartelust kleur gebruiken, dit is niet duurder.

> *Kies kleuren die passen bij je onderneming*



Bestaat jouw huisstijl uit twee kleuren? Misschien is het interessant om te weten dat je ook gebruik kunt maken van tinten. Is jouw kleur bijvoorbeeld blauw, experimenteer dan eens door diezelfde kleur blauw in een lichtere versie te gebruiken.

Op deze manier breng je eenvoudig kleurnuances aan en is je beeld wat spannender om naar te kijken.

*Tip: Een leuke manier om voor jezelf een kleurenpalet aan te leggen is door het maken van een moodboard. Verzamel plaatjes die je aanspreken qua kleur.*

*Dit kunnen ook verstaaltjes uit de bouwmarkt zijn. Waarschijnlijk herken je al snel dat bepaalde kleuren de boventoon voeren. Kies deze kleuren als uitgangspunt.*



## Opmaak - Het gebruik van één lettertype

Typografisch gezien kun je met slechts één lettertype al zorgen voor variatie in je tekst. Door middel van het gebruik van de verschillende versies van je lettertype - zoals **Bold** en *cursief* - kun je samen met kleurgebruik in een tekst toch veel variatie aanbrengen. Dit zorgt voor een prettige leeservaring.

Daarnaast is het een feit dat onze hersenen grote stukken tekst makkelijker lezen als ze in kleinere stukjes worden gedeeld. Maak dus altijd gebruik van alinea's en witregels.

## Opmaak - Uitlijnen

Iets waar mijn grafische hart regelmatig om moet huilen, is uitlijning. Met uitlijning bedoel ik hoe de alinea's zijn vormgegeven. Je kunt kiezen voor een linkse, rechtse of uitgevulde (blokvorm) opmaak. Bij uitlijning kun je kritisch kijken naar je keuze voor de manier waarop je dit doet. Voor al deze manieren valt wat te zeggen.

Linkse uitlijning wordt het meeste gebruikt. Dit leest vaak het prettigst. Rechtse uitlijning wordt vooral gebruikt op posters, flyers en visitekaartjes. Voor 'gewone' tekst leest rechtse uitlijning niet prettig. Ook kom ik regelmatig gecentreerde teksten tegen. Leuk voor gedichten en uitnodigingen, maar gebruik dit niet voor gewone teksten. Dit leest absoluut niet prettig. Als ik het zie 'zap' ik bij voorbaat al weg. Teveel moeite.

---

*Tip: Kijk de komende tijd eens kritisch naar de communicatievormgeving van bedrijven die je tegenkomt. Noteer welke jou aanspreken. Kun je aangeven waarom deze jou aanspreken? Kun je dit vertalen naar jouw eigen huisstijl?*

---

Uitvullen wordt ook regelmatig gebruikt, vooral als er gewerkt wordt met kolommen. Kranten doen dit bijvoorbeeld veel. Als je het op een goede manier doet dan ziet het er heel verzorgd uit, maar heel vaak kom ik `d i t s o o r t z a k e n` tegen. En weer moet ik dan huilen. Laat uitvullen liever over aan echte ontwerpers, die zo hun eigen trucjes hebben om dit er netjes uit te laten zien.

## Opmaak - Optisch lijnen

Een ander punt van aandacht is de manier waarop je teksten en vlakken ten opzichte van elkaar laat lijnen. Ontwerpers gebruiken bij de opmaak altijd hulplijnen om teksten en vlakken met elkaar optisch te laten lijnen. Als dit netjes gebeurt ziet een opmaak er erg verzorgd uit.

Hoe vaak kom ik niet op websites of lees ik folders waar de tekst hier en daar op de pagina is geplaatst? Ook dit laat geen goede eerste indruk achter en je weet wat ze daarover zeggen. Teksten en vlakken met elkaar laten lijnen is vaak maar een kleine moeite, maar ook dit zorgt voor een verzorgde uitstraling en evenwicht.

## Opmaak - Regelaafstand

Nu we toch kritisch zijn over onze opmaak, laten we dan meteen eens kijken naar nog zo'n ondergeschoven kindje: regelaafstand. Eerlijk is eerlijk, in een programma als Word, wordt het je ook niet makkelijk gemaakt om dit soort dingen aan te passen.

Toch kun je eens kijken of het je lukt, want een tikje meer regelaafstand geeft je tekst meer lucht, en je begrijpt het, ook dát zorgt voor een tekst die verzorgd overkomt en prettig leest.



Nu je mijn tips hebt gelezen ben ik benieuwd of ik je meer bewust heb gemaakt van tekstvormgeving in jouw communicatie. Daarom nog een laatste vraag..

## Laatste vraag

*Welke stelling is het meeste van toepassing op jou?*

- A.** Ik heb het artikel gelezen en gelukkig was ik me van de meeste dingen al bewust en pas ik dit al toe.
- B.** Ik heb het gelezen en een wereld gaat voor me open. Ik ga hier zeker mee aan de slag om professioneler over te komen.
- C.** Ik heb het artikel gelezen maar mijn talenten liggen op een ander gebied. Misschien kan iemand met meer kijk hierop in de toekomst met mij meekijken als ik communicatie ga verzorgen?

Is jouw antwoord **A**? Wat mooi dat je hier al bewust mee bezig was. Communicatievormgeving is een belangrijk onderdeel van ondernemen en jij bouwt op deze manier aan een sterk merk.

Is jouw antwoord **B**? Geweldig dat jij je hier nu bewust van bent geworden. Ik zie helaas veel communicatie die zoveel beter zou kunnen. Ik hoop dat je kritischer gaat kijken en zou het leuk vinden als je me laat weten wat je aan zou willen passen in de toekomst.

Is jouw antwoord **C**? Natuurlijk, iedereen heeft zijn eigen talenten. Mij moet je bijvoorbeeld niet achter een naaimachine zetten. Als je dit al van jezelf weet ben je een eind op weg naar professionele communicatie. Zou Studio Neeltje je kunnen helpen met het vinden van de eindbestemming?

*Heb jij wat opgestoken van dit artikel en denk je dat je ook anderen hiermee op weg helpt? Betaal sociaal, vertel erover via Twitter of Facebook!*

## Over Studio Neeltje

*Via Studio Neeltje maak ik met behulp van illustratie en grafische vormgeving speelse ontwerpen voor kleine ondernemingen met grote ambities. Ik bied verschillende huisstijlpakketten aan en geef daarmee communicatie op papier, internet en social media een eigen gezicht. Kijk voor deze pakketten en de tarieven op:*

<http://studioneeltje.blogspot.com/p/huisstijl-pakketten.html>

*Een vast percentage van mijn inkomsten gaat naar goede kinderdoelen.*

*Kijk voor meer informatie over Studio Neeltje op [www.studioneeltje.nl](http://www.studioneeltje.nl)*

*Neem een kijkje achter de schermen via <http://studioneeltje.blogspot.com>*

*Volg me op Twitter <http://twitter.com/#!/StudioNeeltje>*

*of vind me (leuk) op Facebook [www.facebook.com/studioneeltje](http://www.facebook.com/studioneeltje)*

**Bedankt voor het lezen van dit artikel! - Cora Verhagen**