

# Innovatie



## Info

- *Duurzame innovatie*
- *Greenwashing*

## Doen

- *Bekijken media uitingen van les 1*
- *Hoe is jouw gekozen bedrijf duurzaam en innovatief?*
- *Zoek en bekijk soortgelijke bedrijven*

# Opdracht

- 1. Concurrentie onderzoek**
- 2. Reflectie op logo ontwerp**
- 3. Moodboard ontwerp**

# Wat leer je in deze opdracht?

1. Je kunt de huisstijlelementen van drie concurrenten analyseren — logo, kleurpalet, typografie en vormtaal — en met elkaar en jouw bedrijf vergelijken.
2. Je kunt beoordelen welke visuele elementen wel of niet passen bij jouw bedrijf en op basis daarvan keuzes onderbouwen voor je eigen logo-ontwerpen.
3. Je kunt een moodboard ontwerpen dat de sfeer, beeldtaal en huisstijl van jouw bedrijf visueel overbrengt.

## 1) Concurrentie onderzoek

Zet de naam van jouw bedrijf in het midden  
Zoek online **drie, liefst duurzame** concurrenten  
uit dezelfde sector



### 1. Vergelijk jouw bedrijf met de andere merken

- Wat is hun logo? *Plak het logo erbij*
- Wat zijn de merkwaarden? *Beschrijf kort*
- Wat is de doelgroep? *Beschrijf kort*
- Wat is hun huisstijl:  
1) kleurpalet 2) typografie 3) Vormtaal *Beschrijf kort*

### 2. Wat is de beeldtaal? (hoe zie je duurzaamheid terugkomen) *Beschrijf kort*

### 3. Welke elementen passen ook bij jouw bedrijf? *Leg uit waarom* Wat past niet, en wat wil je anders doen? *Leg uit waarom*

THE ORIGINAL

OAT  
LY!

**Merkwaarden**

- 100 % plantaardig
- CO<sub>2</sub>-neutraal productie (via "Climate Positive"-strategie)

**Doelgroep**

- Millennials & Gen-Z
- hip-foodies

**Huisstijl / Visuele identiteit**

- Kleur:** Donkergrijs + lichtblauw.  
**Typografie:** Bold, hoekig schreefloos lettertype  
**Vormtaal:** Ruw, stoer, lossig, speels en hoekig

**Beeldtaal:**

Minimalistisch, vaak met grote, humoristische teksten zoals "It's like milk, but made for humans".



## naam van jouw bedrijf

**Welke elementen passen ook bij jouw bedrijf?**

De beige kleur van haver en het farm-to-glass verhaal.  
Het speelse van Oatly is leuk.

**Wat past niet?**

De logo's en beeldmerken van Jörd en Alpro zijn wat saai.

**Wat ga je anders doen?**

Ik wil een jonge doelgroep aanspreken  
daarom wil ik felle kleuren gaan gebruiken.

**Merkwaarden**

- 100 % biologisch
- CO<sub>2</sub>-compensatie

**Doelgroep**

- Eco-bewuste consumenten
- Vegan-enthousiasten

**Huisstijl / Visuele identiteit**

- Kleur:** Frisse, groen blauwe tinten met een oranje accent  
**Typografie:** Handgeschreven-look gecombineerd met een strakke sans-serif  
**Vormtaal:** Aardig en zacht

**Beeldtaal:**

Rustieke afbeeldingen van graanvelden, ambachtelijke vibe, vaak met een "farm-to-glass" verhaal.



alpro



**Merkwaarden**

- 30 % minder waterverbruik dan koemelk
- gecertificeerd Rainforest Alliance

**Doelgroep**

- Gezinnen
- Gezondheidsbewuste consumenten

**Huisstijl / Visuele identiteit**

- Kleur:** Donkerblauw, groen accent en beige, frisse uitstraling  
**Typografie:** Ronde sans-serif  
**Vormtaal:** Robuust, landelijk, vriendelijk en zacht

**Beeldtaal:**

Heldere productfoto's,  
natuur- en graan-illustraties,  
nadruk op "clean label".

## 2) Toets je eigen logo-ontwerpen

**Pak je concurrentieonderzoek én je logoschetsen erbij**  
*Beantwoord onderstaande 4 vragen op het concurrentie onderzoek of in je dummy:*

1. Zijn er logo's die te veel lijken op die van de concurrentie? *Welke?*
2. Algemeen: Sluit je met kleur, vormtaal en typografie aan bij soortgelijke bedrijven of juist niet?
3. Is er in één of meer van jouw logo's zichtbaar wat er duurzaam of innovatief is aan jouw bedrijf?
4. Wat kun je van het concurrentie onderzoek gebruiken en wat niet? *Heb je nieuwe ideeën gekregen? Teken deze in je dummy. Werk ze later uit op je VRMG- logo schetsvellen*

# Eeh..logoschetsen?

Hier ben je mee bezig in de VRMG les.

De uitleg van die opdracht vind je [op mamv](#)

## 3) Moodboard

Een moodboard is een **visuele verzameling van beelden, kleuren en stijlelementen** die samen de sfeer en identiteit van een merk laten zien.

Een moodboard helpt je om:

- je ideeën concreet te maken
- richting te geven aan je ontwerp
- keuzes te onderbouwen
- duidelijk te communiceren met klanten/team
- eenduidig te blijven in je branding

## 3) Maak een moodboard voor jouw bedrijf

Dit biedt een visuele leidraad bij het ontwerpen van je huisstijl.

### Wat laat je zien?

1. Sfeer, uitstraling, tone of voice, merkwaarden
2. Doelgroep
3. Beeldtaal/Beeldstijl
4. Kleur
5. Typografie
6. vormen

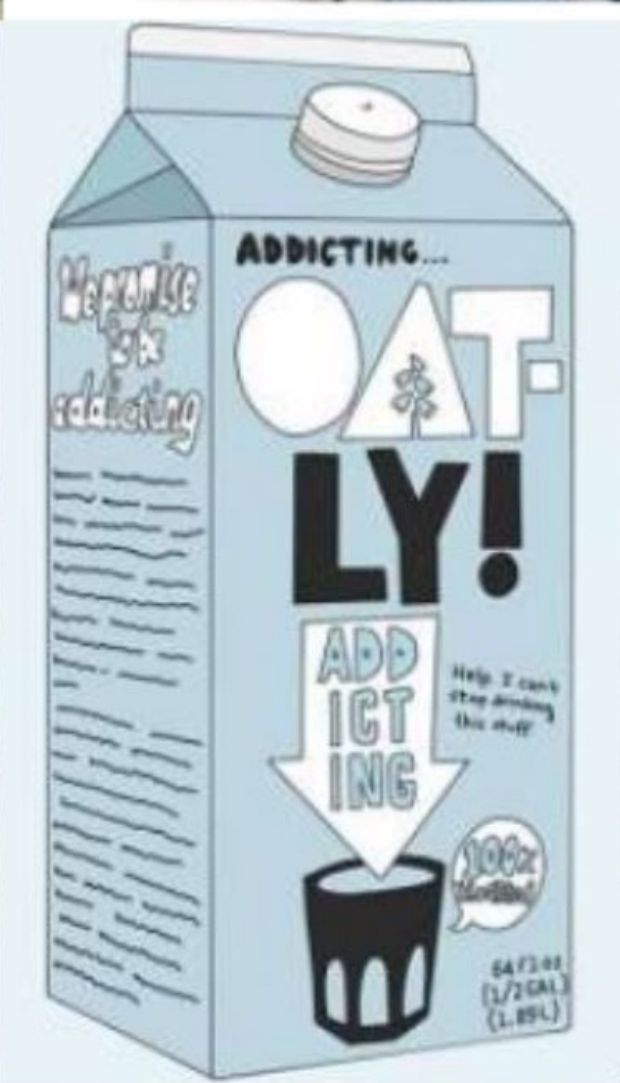
### Hoe?

1. Formaat: A3 liggend
2. 5-10 beelden/elementen
3. Kleurenpalet
4. Voeg ook typografie toe

**Niet alleen mooie plaatjes, denk vooral aan merkwaarden, gevoel, doelgroep en boodschap!**

# OAT DRINK WITH CARBON DIOXIDE EQUIVALENTS.

NEW!



## OATFINDER

# WE ONLY DO OATS

We don't know anything about almonds or soy or cows. All we know is oats. How to grow them, harvest them and turn them into refreshing products that you can take home and treat your body to.

It was our original idea in the early 1990s to create a plant-based drink that was in tune with the needs of both humans and the planet and it is our idea to continue to make the best, most amazing liquid oats

# SWEDISH AND INDEPENDENT



# Terracotta



shades of blue  
and terracotta





"Ik wil vrouwen bevrijden van de angst om niet jong en perfect te zijn"

"Let it be, man! Het is allemaal energie"



"You've always had the power my dear, you just had to learn it for yourself"



Social



SOMETHING NEW IS IN THE AIR



Als je je kunt verbinden met de bron en shap dat daar al je energie, je creativiteit, je vreugde en je successen vandaan komen, dat zie ik als authentieke kracht

Gebruik je energie om jezelf, je familie en de mensen om je heen op te tillen; daar word je een beter mens van

bijdragen aan het geluk en de vrijheid voor allen



verbindende kracht'

Wat ben je aan het doen?



# Criteria

1. Er is een overzicht van drie concurrenten waarin logo, kleurpalet, typografie en beeldtaal zijn beschreven en worden vergeleken met het eigen bedrijf.
2. Er is een onderbouwde keuze voor welke visuele elementen wel of niet passen bij het eigen bedrijf.
3. Er is een reflectie op de eigen logo-ontwerpen waarin de vergelijking met de concurrentie wordt onderbouwd, en eventueel nieuwe ideeën geschetst in de dummy
4. Er is een moodboard op A3 liggend met 5 tot 10 elementen, een kleurenpalet en typografie.
5. Er is een herkenbare visuele richting in het moodboard die de sfeer en beeldtaal van het bedrijf overbrengt.

# Lesbrief

**THE ORIGINAL OATLY!**

**Merkwaarden**  
100 % plantaardig  
- CO<sub>2</sub>-neutraal productie (via "Climate Positive"-strategie)

**Doelgroep**  
- Millennials & Gen-Z  
- hip-foodies

**Huisstijl / Visuele identiteit**  
**Kleur:** Donkergrijs + lichtblauw.  
**Typografie:** Bold, hoekig schreefloos lettertype  
**Vormtaal:** Ruw, stoer, lossig, speels en hoekig

**Beeldtaal:**  
Minimalistisch, vaak met grote, humoristische teksten zoals "It's like milk, but made for humans".

**naam van jouw bedrijf**

**Welke elementen passen ook bij jouw bedrijf?**  
De beige kleur van haver en het farm-to-glass verhaal. Het speelse van Oatly is leuk.

**Wat past niet?**  
De logo's en beeldmerken van Jörd en Alpro zijn wat saai.

**Wat ga je anders doen?**  
Ik wil een jonge doelgroep aanspreken daarom wil ik felle kleuren gaan gebruiken.

**Merkwaarden**  
100 % biologisch  
- CO<sub>2</sub>-compensatie

**Doelgroep**  
- Eco-bewuste consumenten  
- Vegan-enthousiasten

**Huisstijl / Visuele identiteit**  
**Kleur:** Frisse, groen blauwe tinten met een oranje accent  
**Typografie:** Handgeschreven-look gecombineerd met een strakke sans-serif  
**Vormtaal:** Aardig en zacht

**Beeldtaal:**  
Rustieke afbeeldingen van graanvelden, ambachtelijke vibe, vaak met een "farm-to-glass" verhaal.

**alpro**

**Merkwaarden**  
30 % minder waterverbruik dan koemelk  
- gecertificeerd Rainforest Alliance

**Doelgroep**  
- Gezinnen  
- Gezondheidsbewuste consumenten

**Huisstijl / Visuele identiteit**  
**Kleur:** Donkerblauw, groen accent en beige, frisse uitstraling  
**Typografie:** Ronde sans-serif  
**Vormtaal:** Robuust, landelijk, vriendelijk en zacht

**Beeldtaal:**

**Arla JÖRD**

**Merkwaarden**  
100 % biologisch  
- CO<sub>2</sub>-compensatie

**Doelgroep**  
- Eco-bewuste consumenten  
- Vegan-enthousiasten

**Huisstijl / Visuele identiteit**  
**Kleur:** Frisse, groen blauwe tinten met een oranje accent  
**Typografie:** Handgeschreven-look gecombineerd met een strakke sans-serif  
**Vormtaal:** Aardig en zacht

**Beeldtaal:**  
Rustieke afbeeldingen van graanvelden, ambachtelijke vibe, vaak met een "farm-to-glass" verhaal.

## 1) Concurrentie onderzoek

Zet de naam van jouw bedrijf in het midden  
Zoek online drie duurzame concurrenten uit dezelfde sector

1. Vergelijk jouw bedrijf met de andere merken
  - a. Wat is hun logo? *Plak erbij*
  - b. Wat zijn de merkwaarden? *Beschrijf kort*  
Wat is de doelgroep? *Beschrijf kort*  
Wat is hun huisstijl:
    - 1) kleurpalet
    - 2) typografie
    - 3) Vormtaal*Beschrijf kort*
  - c. Wat is de beeldtaal? (hoe zie je duurzaamheid terugkomen) Kort beschrijven
2. Welke elementen passen ook bij jouw bedrijf? *Leg uit.*
3. Wat past niet, en wat wil je anders doen? *Leg uit*

## 2) Toets je eigen logo-ontwerpen

Pak je concurrentieonderzoek én je logoschetsen erbij. Beantwoord onderstaande 4 vragen op het concurrentie onderzoek of in je dummy:

1. Zijn er logo's die te veel lijken op die van de concurrentie?

2. Sluit je met kleur, vorm en typografie aan bij soortgelijke bedrijven of juist niet?
3. Is in (een paar van) jouw logo's zichtbaar wat er duurzaam of innovatief is aan jouw bedrijf?
4. Wat kun je gebruiken en wat niet?
5. Heb je nieuwe ideeën gekregen? Teken deze in je dummy. Werk ze later uit op je VRMG- logo schetsvellen
6. Maak scans!

## 3) Maak een moodboard voor je bedrijf

Dit biedt een visuele leidraad bij het ontwerpen van je huisstijl.

### Wat laat je zien?

- Sfeer, uitstraling, tone of voice
- Doelgroep
- Beeldtaal/Beeldstijl
- Kleur
- Typografie
- Vormen

### Hoe?

1. Formaat: A3 liggend
2. 5-10 beelden/elementen
3. Kleurenpalet
4. Voeg ook typografie toe

**Inleveren:** alles gecombineerd in 1 PDF

# Inleveren

## In één PDF in Teams

**1) Concurrentie  
onderzoek**

**2) Scan met  
antwoorden op de  
4 vragen**(Reflectie  
op je eigen logo-  
ontwerpen)

**3) Moodboard  
van je eigen  
bedrijf**