

Onderzoek je festival

Les 1



Wat ga je doen:

Je ontwerpt in 2026 een **nieuwe visuele identiteit** voor een bestaand festival, die op een unieke manier aansluit bij de **sfeer, identiteit en doelgroep.**

Welke producten

- Festival app
- A6 folder 16 pagina's
- Promo video
- Muntjes

THIS FOLDER CONTAINS:
Houserules, Headliner bio's,
The programme, The map

WELCOME TO SUNDAY
AN ENDLESS BLEND OF MUSIC, FOOD AND CULTURE

DOWNLOAD THE APP!
And get access to every part of this folder on your smartphone and more!

NO RE-ENTRY Once you leave the festival site, re-entry is not allowed without a new ticket.

NO OUTSIDE ALCOHOL/DRUGS All outside alcohol, drugs, and substances are prohibited.

KEEP IT CLEAN Please dispose of all waste in the provided bins. Let's keep the festival grounds beautiful.

BAG RESTRICTIONS Only small bags and clear backpacks are allowed for security reasons.

AGE REQUIREMENTS Check age restrictions for specific area. ID may be required for alcohol.

PROHIBITED ITEMS No weapons, fireworks, or large umbrellas allowed.

RESTRICTED AREAS Stay within festival grounds and avoid restricted zones for safety.

QUIET ZONES Please be mindful of noise in designated quiet areas.

TODAY'S PROGRAMME

	STAGE ONE	STAGE TWO	STAGE THREE
11:00		THIS IS LORELEI Wry, genre-blending bummer anthems	THE THING Gravelly psych garage jams
11:30	WAXAHATCHEE Timeless, lived-in alt country & americana		
12:00		WINE LIPS Mega-catchy & madcap garage punk	YIN YIN Renegades of Intercontinental Funk
12:30	SPLIT SYSTEM Rip-roaring, riotous Aussie punks		
13:00		THEY ARE GUTTING A... Metamorphic shoegaze curiosity	THE BACKSEAT LOVERS Indie rock that's both gruff and glitzy
13:30			
14:00	BRASS RAVE UNIT Copper-clad rave trio		
14:30		DJO Fresh-faced synth pop	GOUGE AWAY Plucky post-hardcore/shoegaze hybrid
15:00			
15:30	SPELLING Retrofuturist pop incantations	MARIA ISKARIOT Energetic punk mavericks	ROCKET Hook-heavy alternative rock
16:00			
16:30		MAGDALENA BAY Twisted pop transmissions from the Phantom Zone	PERSONAL TRAINER Swashbuckling indie rock crusaders
17:00	BIG SPECIAL Bile-drenched post-industrial that boogies		
17:30			
18:00		WILCO Ever-evolving all-country greats	MERCE LEMON Alt folk tinged with sad and silly
18:30			
19:00	DUMMY Kaleidoscopic psych rock marvel		
19:30			
20:00	FCUCKERS Gritty house anthems that don't give a fuck		
20:30			
21:00	DEFTONES The overlords of heavy-melodic bliss	BLANCO WHITE Soothing and urgent latin-folk	MICHAEL KIWANUKA Dynamic soul man blending grit with grace
21:30			
22:00			
22:30			
23:00			

ABOUT TODAY'S HEADLINERS

DEFTONES STAGE ONE - 22:00
Deftones are their own realm, their own yardstick. Enigmatic, atmospheric, seductive, intoxicating, and hard-hitting, a rare combination of qualities few bands, if any, have matched. For a good three decades now, from outcast millennials to the TikTok generation, we have been mesmerised by the group's impassioned heavy-melodic spells. And at Best Kept Secret, we feel like more.

WILCO STAGE TWO - 20:30
Smart gay once wrote 'To be out of place is what love is for'. Alt country greats Wilco have been out of orbit in their entire illustrious run. How many peers vault between spine-chilling kraut-prog ('Art of Almas'), athen country soul ballads ('Jesus, Etc.'). and thorny noise pop ('EKG') with such dumbfounding consistency? Thankfully, when it comes to getting with the program, Wilco keep trying to break our hearts.

MICHAEL KIWANUKA STAGE THREE - 21:00
Acclaimed Ugandan-British artist Michael Kiwanuka's work is miraculous in its simplicity and frankness: a voice smooth like honey, yet resonant and full of stirring conviction. Indeed, Kiwanuka's distinct blend of soul, R&B, folk, Afrobeat and psychedelic rock sounds plenty otherworldly for the words to fit home, helping all who hear them carry on.



visuele identiteit (student 2024)

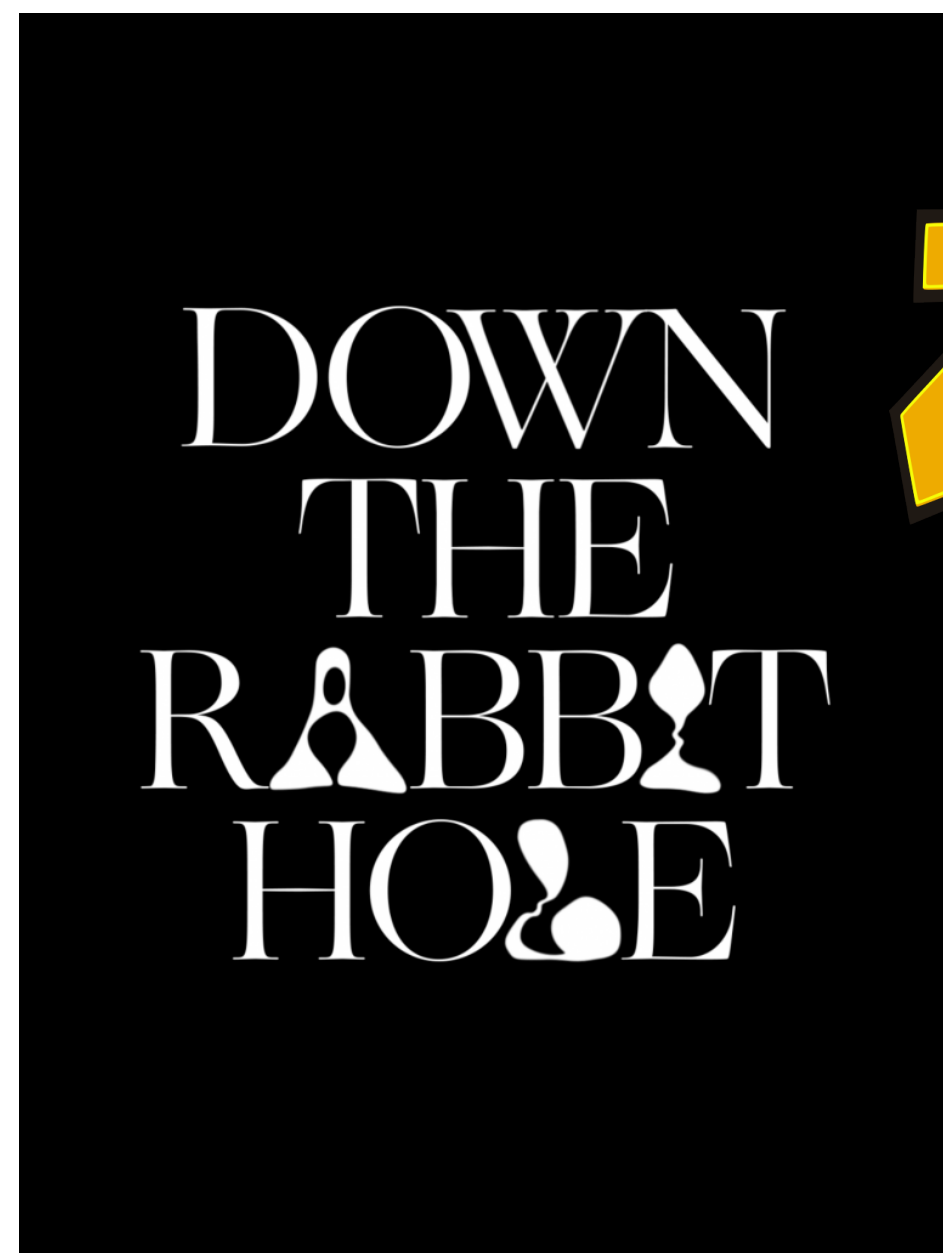
Keuze festival gemaakt?

Festivals

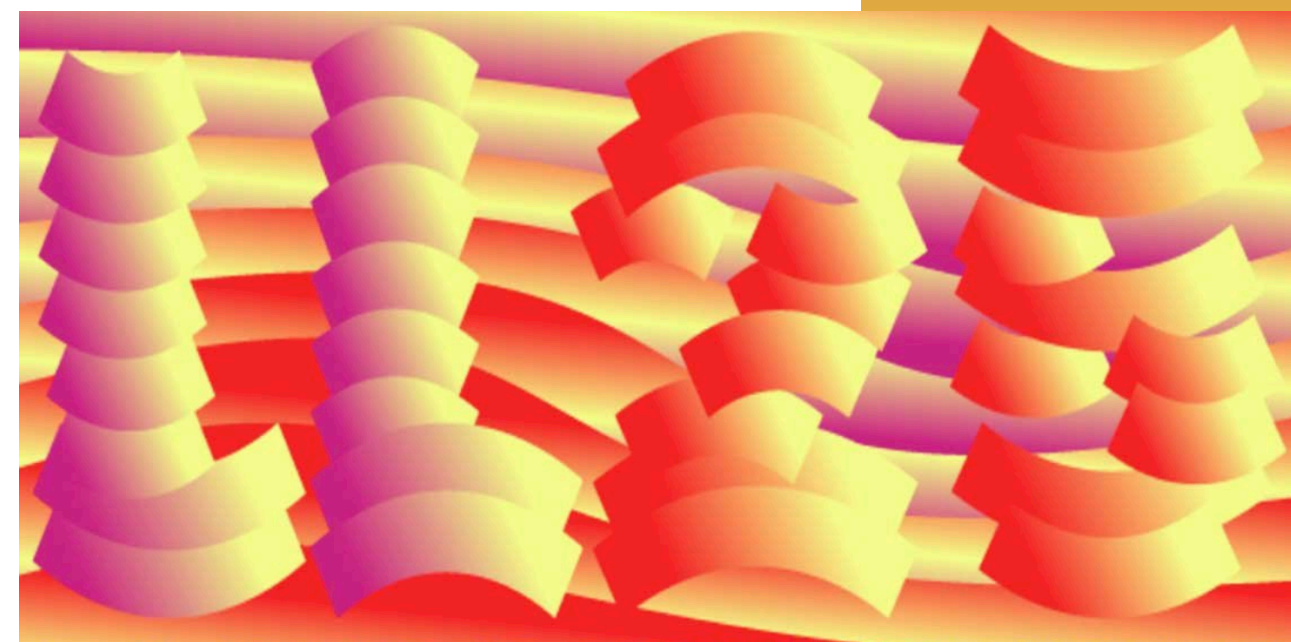
MILKSHAKE



PARADE



BEST KEPT SECRET FESTIVAL



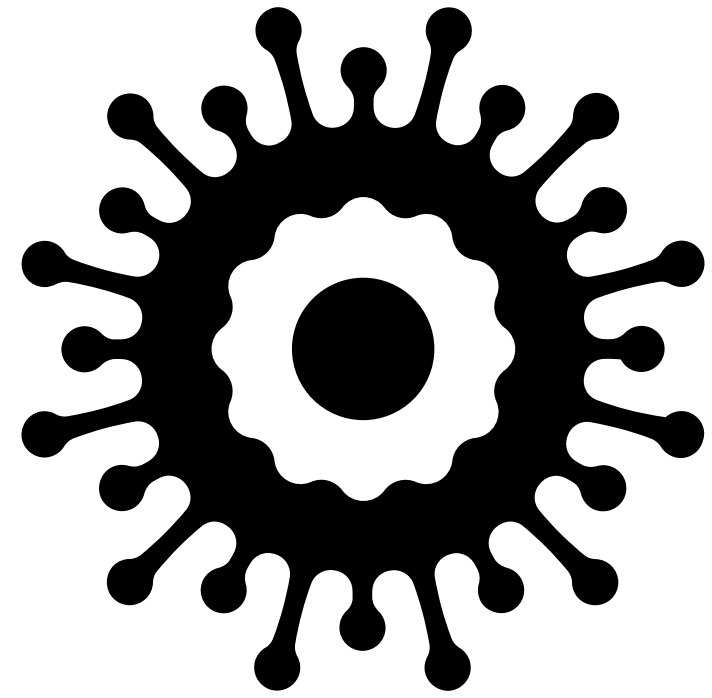
ROCK WERCHTER

oerol

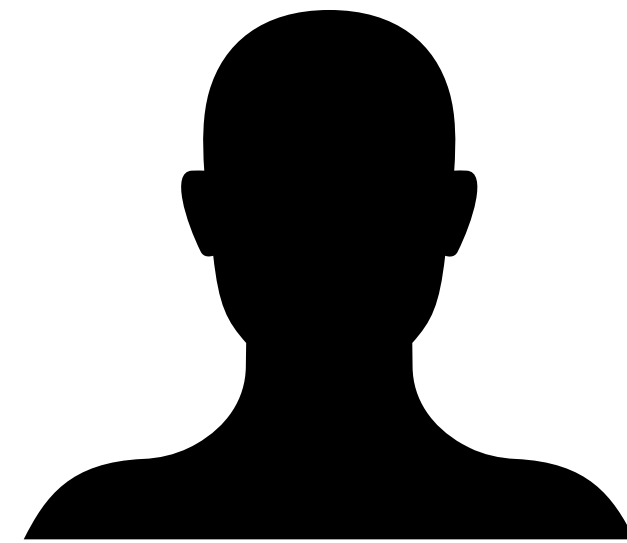
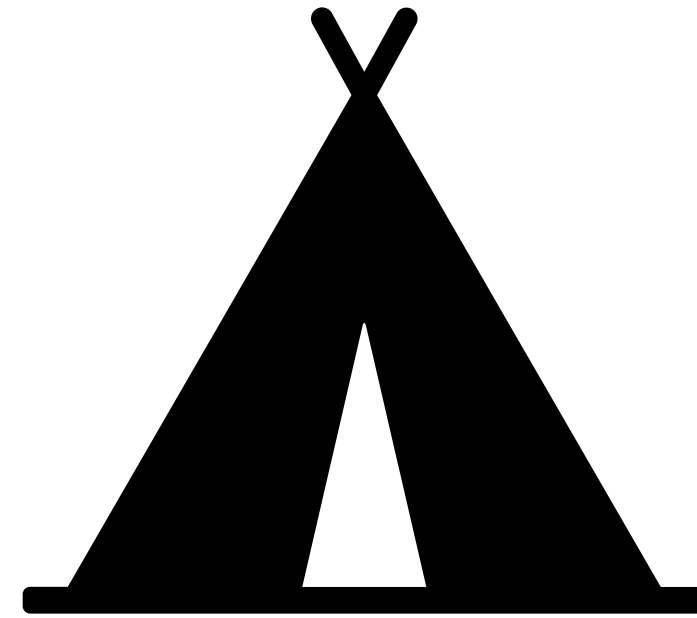
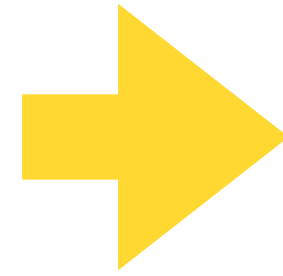
MYSTERYLAND



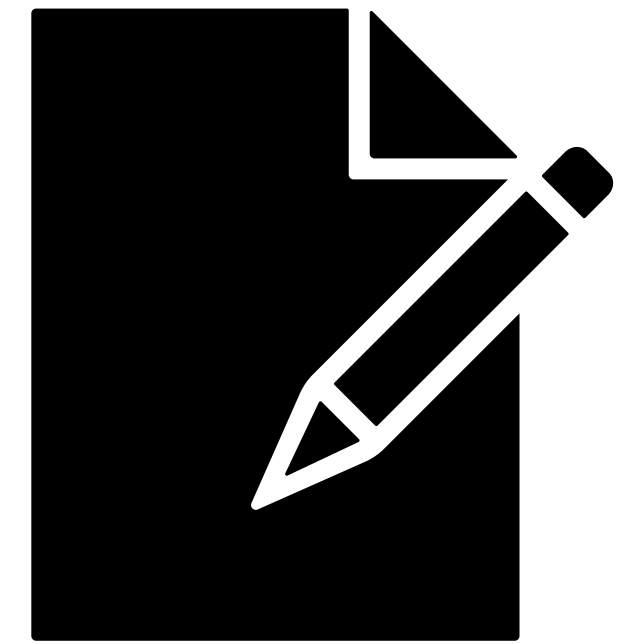
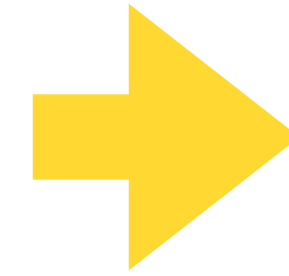
Waar werk je naartoe:



Onderzoek de **visuele identiteit**
van je festival



Onderzoek de **sfeer en
doelgroep** van het festival.



+

MERKWAARDE

Conclusie onderzoek
Maak je keuze van je **merkwaarde**
passend bij je gekozen festival.

Waarom onderzoek?

- Begrijpen wat een **visuele identiteit** is
- Snappen wat het festival doet, voor **wie**, en **waarom**
- **Inspiratie** verzamelen voor de toekomstige visuele identiteit
- Richting bepalen voor het kiezen van een passende **merkwaarde**

Wat is een visuele identiteit?



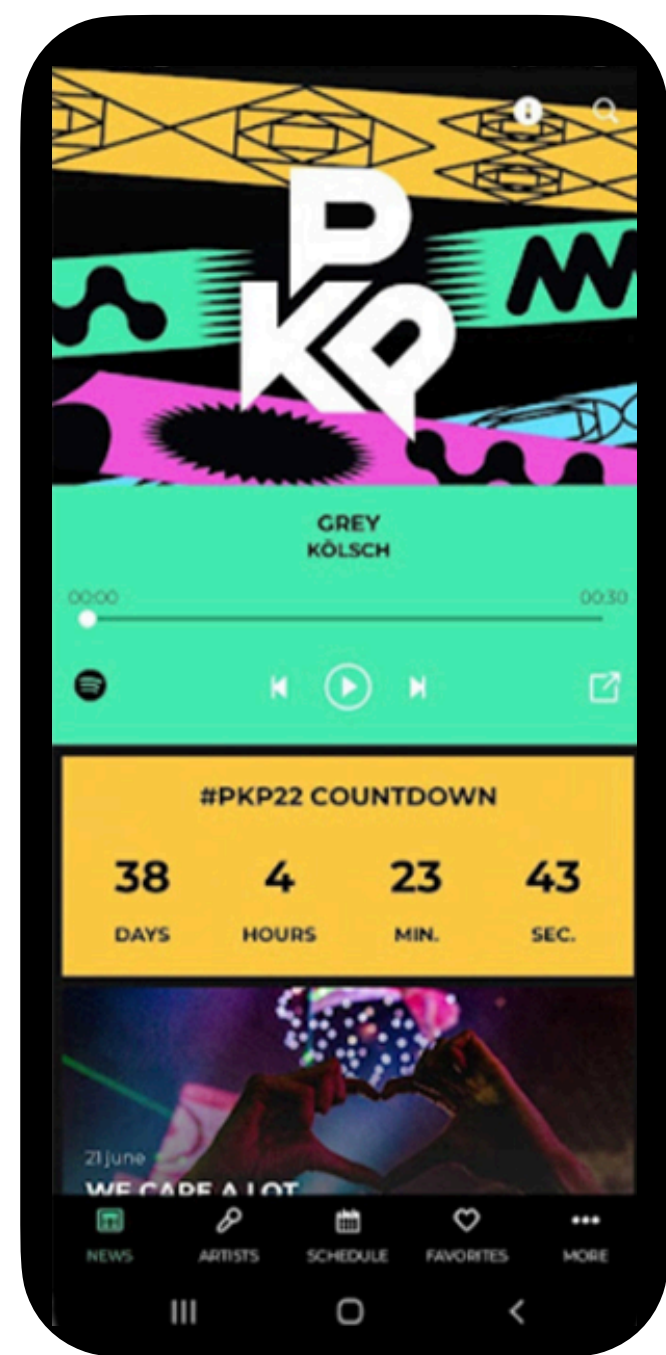
Is een visuele identiteit alleen een logo?



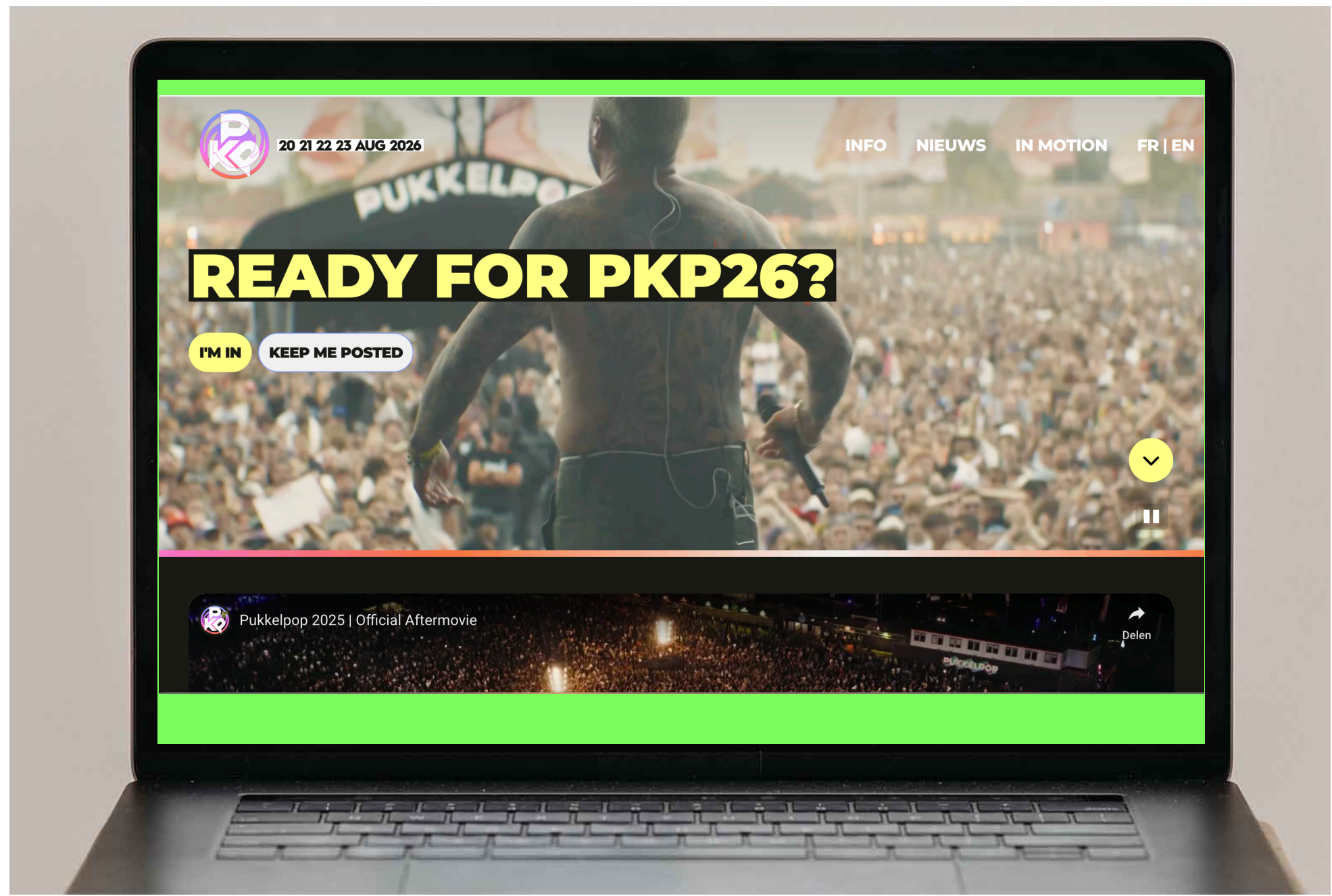
Nee



Welke andere media-uitingen, naast het logo, zorgen voor een herkenbare visuele stijl?



Social media / app



Website



Flyer

Online

- Social media
- Website of app

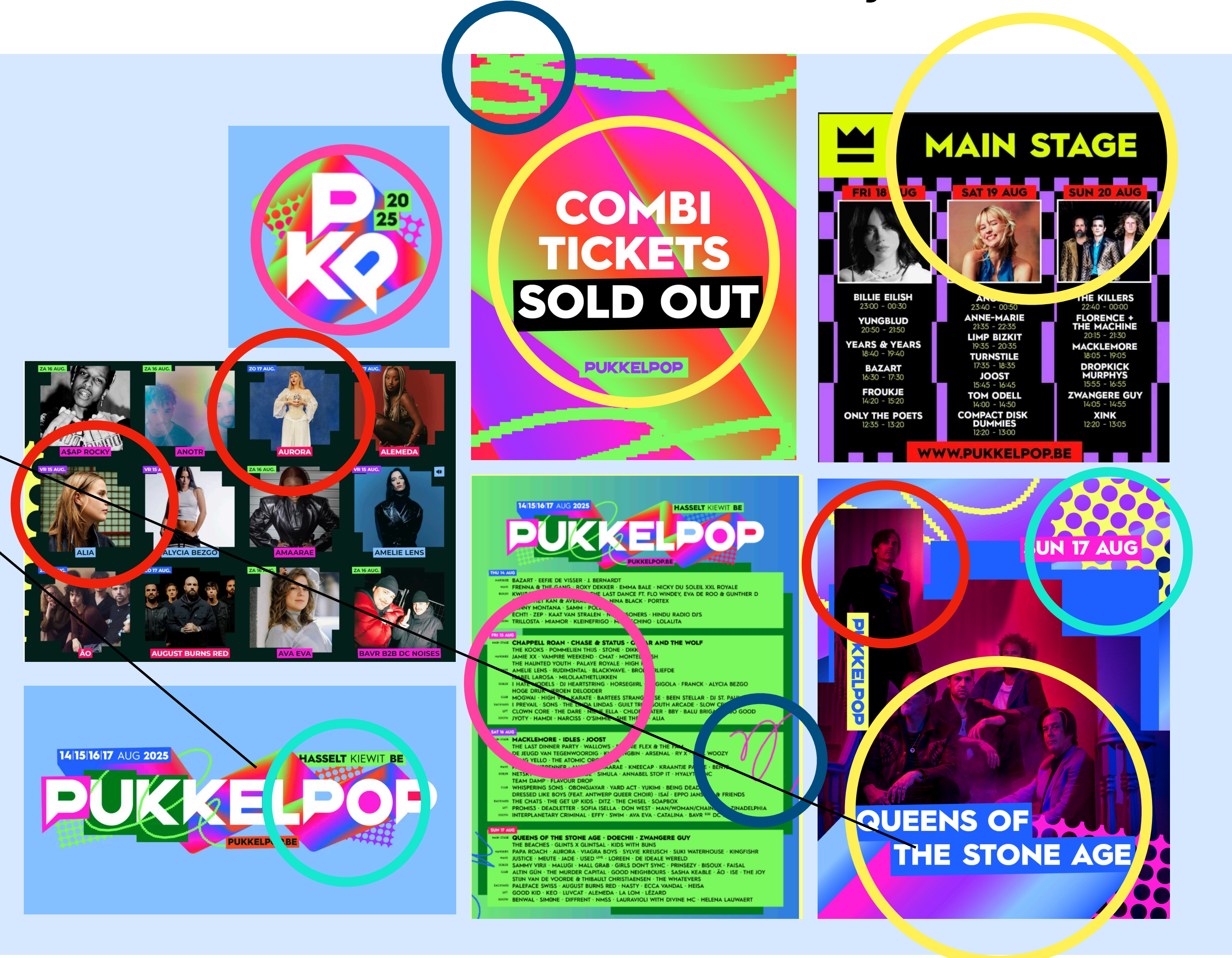
Offline

- Posters en flyers
- Verpakkingen
- Advertenties
- Festivalkrant
- T-shirts
- Festival bandjes

Welke vormelementen zorgen samen voor een visuele stijl?

5. LIJN
Golvend

6. Vorm
Geometrisch (hoekige) vormen



1. Typografie
Kapitaal gecentreerd

2. Beeld/illustratie
Opvallend grafisch kader met uitgesneden/geometrische (hoekige) vormen

3. Patronen
Ronde vormen in diverse kleurcombinatie

4. Kleur
Neonkleuren/kleurverloop

Voorbeeld: visuele identiteit festival Pukkelpop 2025

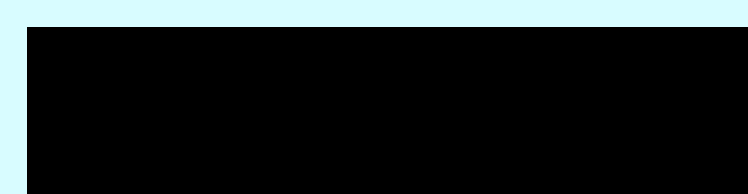
Styleboard Pukkelpop

Dit stijlboard toont de belangrijkste **stijl-kenmerken** van de **visuele identiteit**.

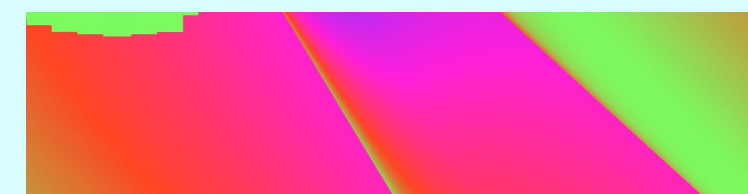
BEELD



KLEUR



KLEURVERLOOP



PATRONEN



TYPOGRAFIE

MAIN STAGE

LIJN



VORM

**OSCAR AND
THE WOLF**

LOGO GEBRUIK



Toepassing: kleinere formaten (flyer, ticket)



Toepassing: social media /app



Toepassing: grotere formaten (website)

Waarom is een visuele identiteit belangrijk?

Een visuele identiteit is geen los logo, maar een systeem van vaste vormkeuzes die samen een herkenbare stijl maken die aansluit bij de doelgroep.



Geheugensteuntje...

Een visuele identiteit is de 'kleding' van een organisatie/festival.

Net zoals je iemands kledingstijl ziet en daar meteen een gevoel bij hebt (stoer, netjes, creatief), gebeurt dat bij merken ook — alleen dan met beeld: typografie, kleuren, beeld, vormtaal etc.

Opdracht

Hoe ziet je festival eruit?

Product: Je onderzoekt een festival op **visuele identiteit, doelgroep** en **sfeer/beleving** en vertaalt dit naar **1 onderbouwde merkwaarden**

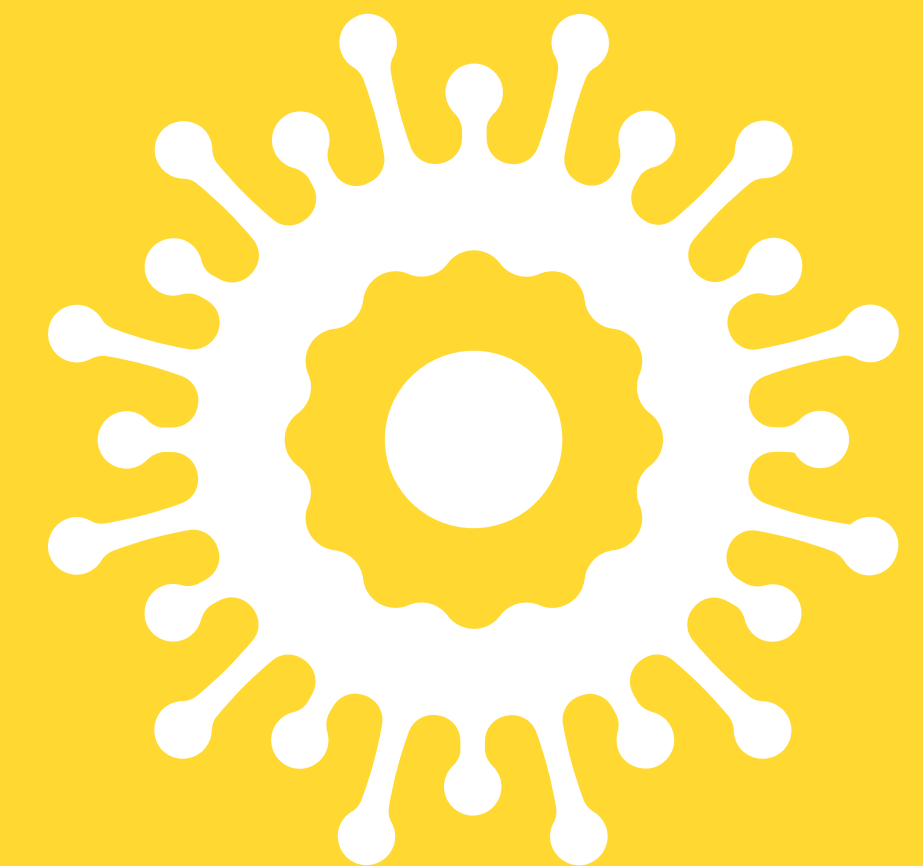
Onderzoeken	Onderzoek festival Verzamelen van informatie Ik kies informatiebronnen en gebruik onderzoeksmethoden die passen bij de vraag die onderzocht moet worden en helpen om de doelen te bereiken.	Onderzoek merkwaarde Analyseren van informatie Ik benoem de onderzoeksvraag en herken de verschillende deelvragen die erbij horen.	Koppeling festival an merkwaarde Concluderen en aanbevelen Ik presenteer de antwoorden op de onderzoeksvraag en onderbouw ze met bewijsmateriaal.
-------------	---	--	---

Onderzoek festival identiteit

- A. Je verzamelt minimaal **4 verschillende media-uitingen + het logo** van jouw gekozen festival uit 2025.
- B. Je bekijkt deze media-uitingen en noemt **minimaal 3 vormelementen** die je steeds ziet terugkomen in de vormgeving (kleur, lettertype, vormen etc)
- C. Je kiest **3 sfeerwoorden** die goed passen bij hoe het festival eruitziet. (visuele identiteit)

Plak alles in je procesboek.

STAP 1



onderzoek visuele identiteit

Waar werk je naar toe?

VISUELE STIJL: ritmisch, speels, expressief

5. Lijn
Golvend

6. Vormtaal

Geometrisch (hoekige) vormen

1. Typografie

Kapitaal gecentreerd

2. Beeld/illustratie

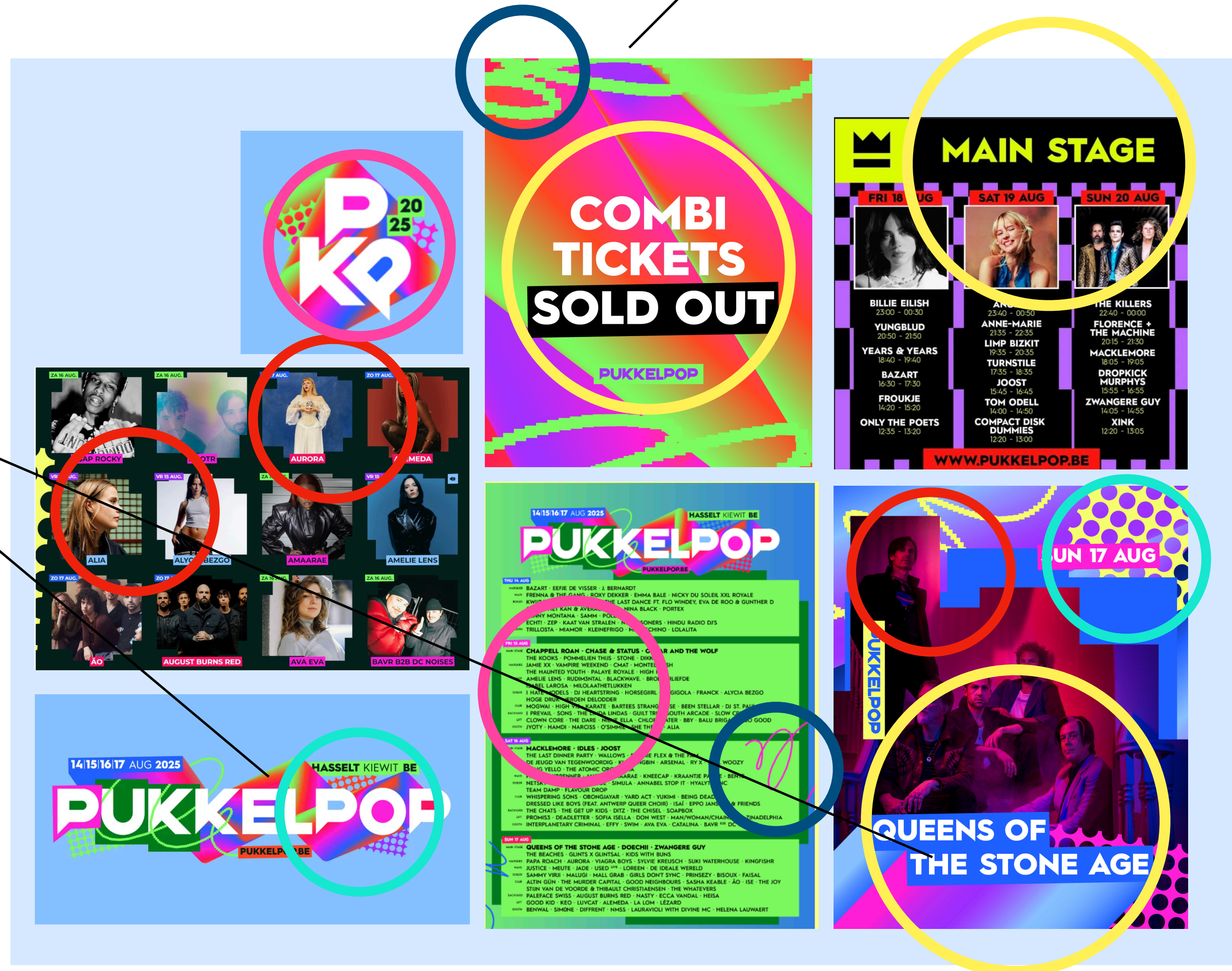
Opvallend grafisch kader met uitgesneden/geometrische (hoekige) vormen

3. Patronen

Ronde vormen in diverse kleurcombinatie

4. Kleur

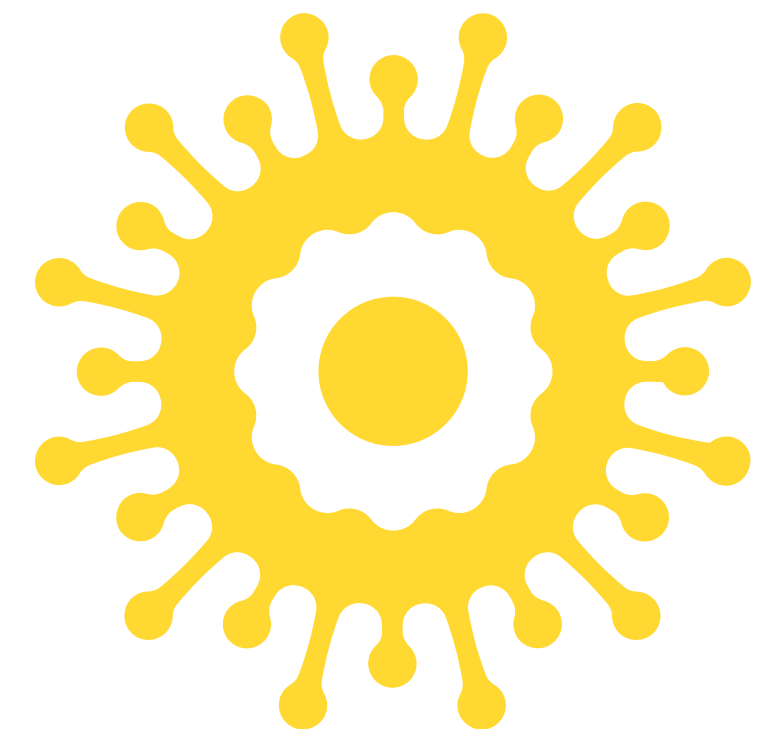
Neonkleuren/kleurverloop



Voorbeeld: visuele identiteit
festival Pukkelpop 2025

Stap1A: Media-uitingen verzamelen

- Je verzamelt minimaal **4 verschillende** voorbeelden van media van jouw festival (zoals posters, website, socials) + **het logo**.
- Je **verzamelt en groepeert** deze beelden tot **één mooi geheel** op een A4 of direct in je procesboek



Wat zijn bronnen?

Bronnen zijn plekken waar je gaat op zoek naar informatie die je meer te weten laat komen over in jullie geval je festival. De eerste plek waar jij als student zoekt zal google of Pinterest zijn maar er is meer. Om jezelf breder te leren oriënteren is het goed om andere bronnen te gebruiken om daarmee je ranch van je onderzoek te verbreden.

TIP: Gebruik van AI

AI (ChatGPT of Co pilot) kan je een prompt geven om te helpen bij het zoeken naar websites waar je beeldmateriaal kan vinden over je festival.

Ga naar je ChatGPT of CoPilot en vul de volgende prompt in:

Ik ben een student en maak een nieuwe visuele identiteit voor een festival.

Hiervoor ben ik op zoek naar officieel beeldmateriaal en visuele middelen, zoals foto's, posters, flyers, logo's en festivalkranten.

Het festival heet: **[hier vul je de naam festival in]**

Controleer of het geen schoolopdracht of concept is.

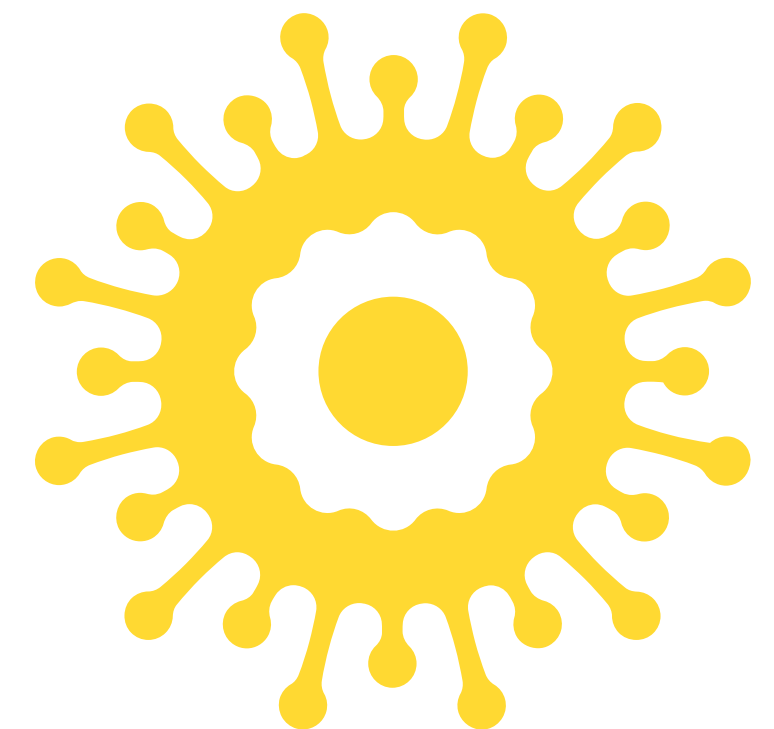
Geef links en leg kort uit waarom dit de juiste bronnen zijn

Belangrijk!

Controleer altijd of het beeldmateriaal echt bij het festival hoort. Soms lijkt het alsof het van het originele festival is, terwijl het in werkelijkheid om een schoolopdracht gaat. Check daarom altijd je bronnen.

Stap 1 B: Vormelementen herkennen

- Je bekijkt jouw verzamelde media-uitingen.
- Omcirkel in de beelden minimaal **3 vormelementen** die je steeds terugziet en zie samen een **herkenbare stijl** maken
- Schrijf er ook bij welke vormelementen het zijn.
- Je kunt kiezen uit: typografie, kleur, beeld/illustratie, vormtaal, patronen en lijn.



Stap 1C: woorden koppelen

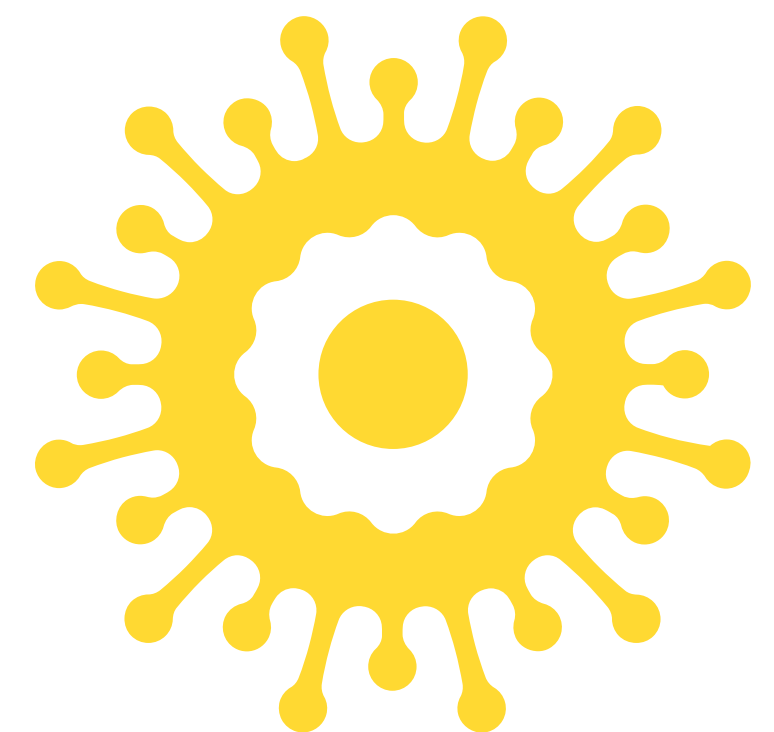
Bekijk de **lijst** en kies **3 woorden** die jij vind passen bij de **visuele identiteit** van je festival.

Schrijf deze bij het onderzoek van je visuele identiteit!

- **contrastrijk**
- **eigenwijs**
- **experimenteel**
- **expressief**
- **gedurfd**
- **intens**
- **kleurrijk**
- **licht / luchtig**
- **krachtig**

- **ritmisch**
- **rustig**
- **origineel**
- **speels**
- **stoer**
- **sprankelend**
- **uitgesproken**
- **verfijnd**

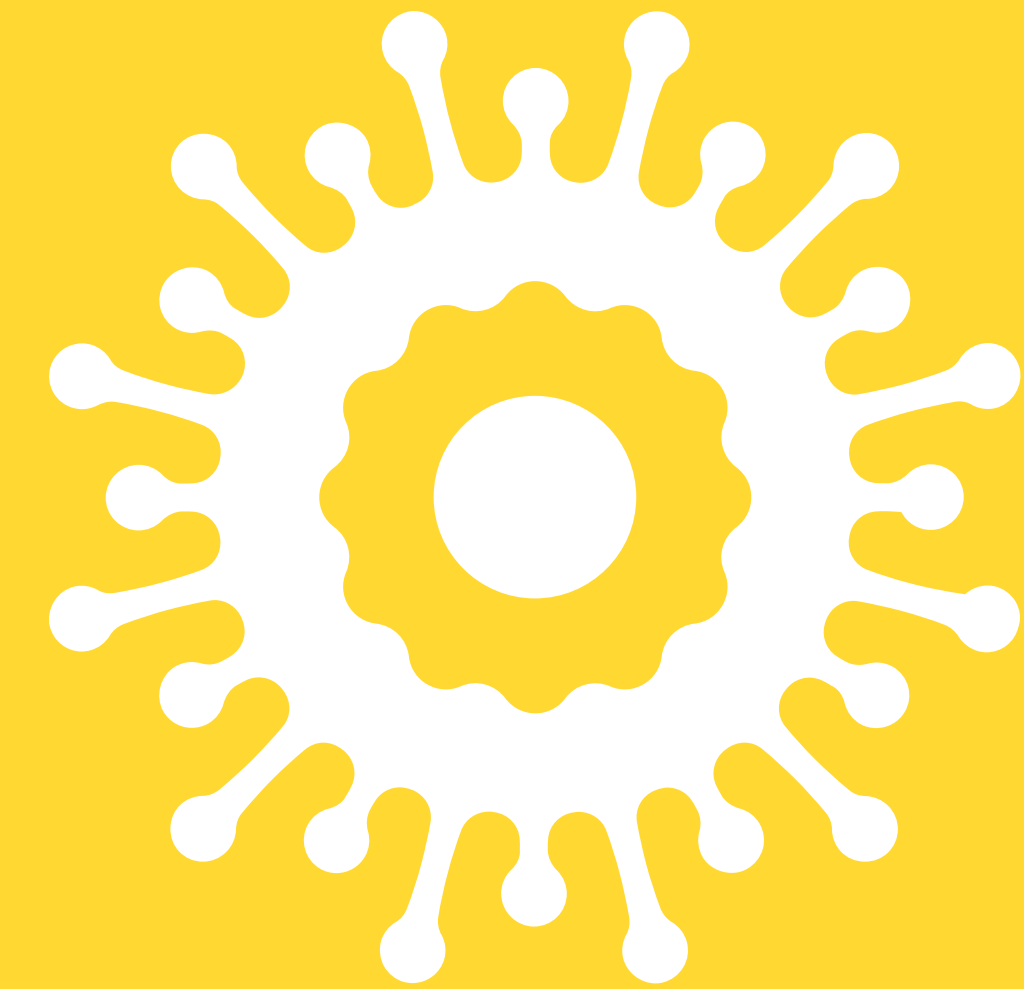
- **vloeiend**
- **vindingrijk**
(conceptueel ontwerp)
- **zacht** (vormtaal, kleur, textuur)



Productcriteria

- Je hebt een **duidelijk overzicht** gemaakt van de media-uitingen van jouw festival.
- Je hebt minimaal **3 vormelementen omcirkeld** én benoemd die steeds terugkomen in de media-uitingen.
- Je hebt **3 woorden** gekozen die goed passen bij de **uitstraling/visuele identiteit** van het festival.
- **Je beelden zijn van voldoende kwaliteit** (goed zichtbaar, scherp, geen watermerk).
- Je hebt je hele onderzoek netjes vastgelegd in je procesboek.

STAP 1



onderzoek visuele identiteit