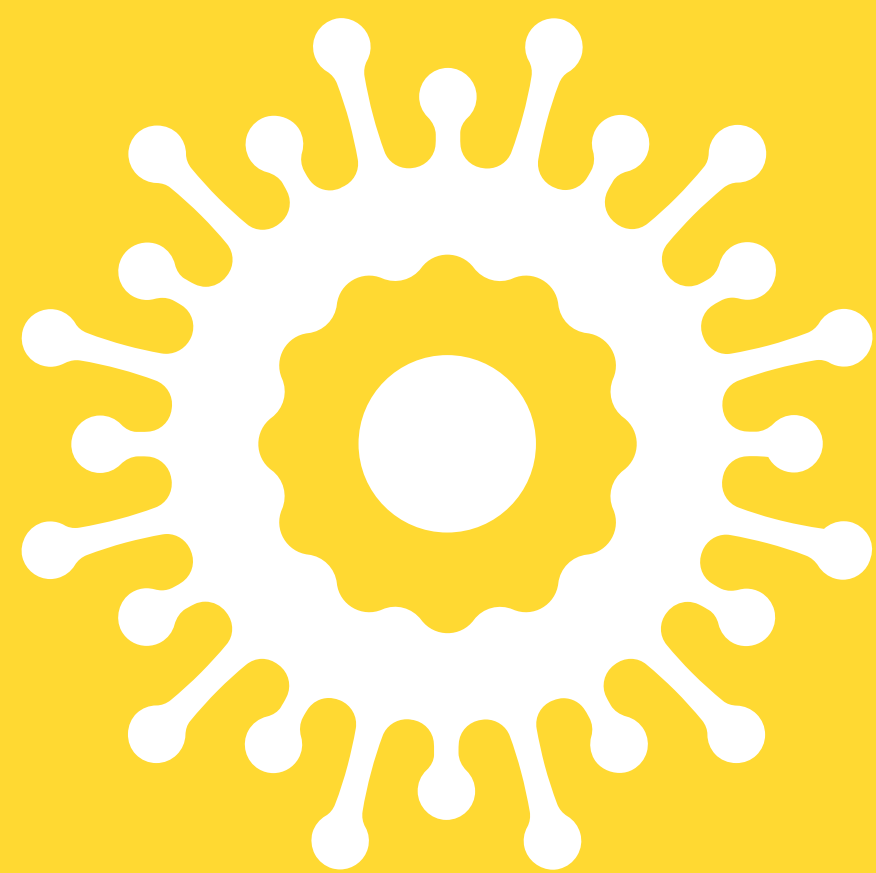


# Onderzoek je festival

## Les 3

A wide-angle photograph of a festival at sunset. The scene is dominated by a long row of large, purple, conical tents with gold-colored peaks. The sun is low on the horizon, creating a warm, golden glow and long shadows. A large, diverse crowd of people is scattered across a grassy field in front of the tents. Many people are sitting on blankets or the grass, while others are standing and talking. The background shows a line of trees under a clear, light blue sky. The overall atmosphere is festive and relaxed.

# Vorige 2 lessen



**onderzoek visuele identiteit**



**onderzoek sfeer/beleving**



**onderzoek doelgroep**

# 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**

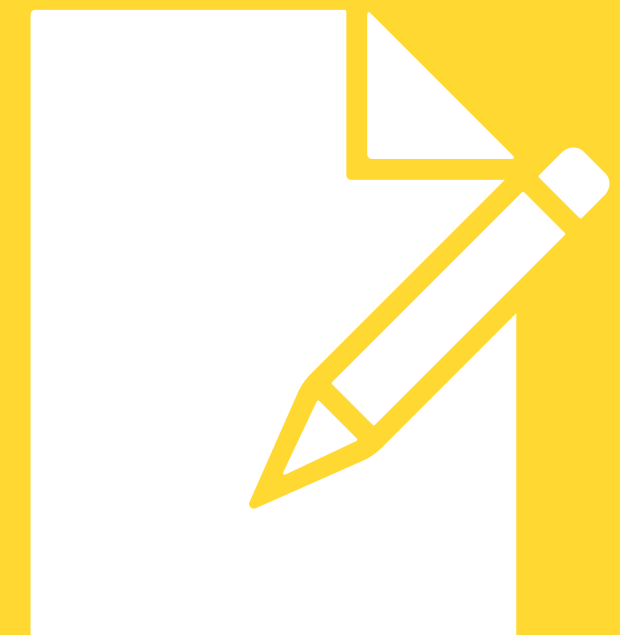
Onderzoeken	<b>Onderzoek festival</b> <b>Verzamelen van informatie</b> Ik kies informatiebronnen en gebruik onderzoeksmethoden die passen bij de vraag die onderzocht moet worden en helpen om de doelen te bereiken.	<b>Onderzoek merkwaarde</b> <b>Analyseren van informatie</b> Ik benoem de onderzoeksvraag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

# Conclusie onderzoek

- A. Je gebruikt je bevindingen uit stap 1 t/m 3 om tot een conclusie te komen.
- B. Je kiest één “merkwaarde” (uit de lijst) die jij het beste vind passen bij de woorden die je hebt opgeschreven
- C. Onderbouw je keuze

**Plak alles in je procesboek.**

# STAP 4



+

**MERKWAARDE**

# Waar werk je naar toe?

Visuele stijl - 3 woorden

**ritmisch**  
**speels**  
**expressief**

Sfeer/beleving - 3 woorden

**levendig**  
**uitnodigend**  
**vrolijk**

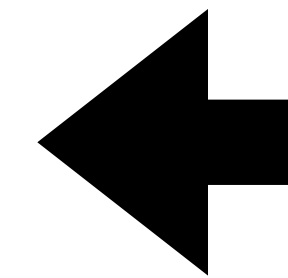
Doelgroep - 3 woorden

**ontdekken**  
**nieuwsgierig**  
**open**

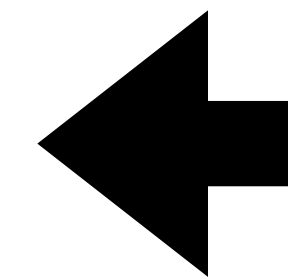
Gekozen merkwaarde: **Energiek**

Onderbouwing (1-2 zinnen)

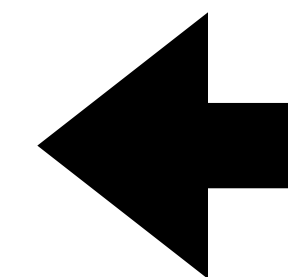
**De visuele identiteit is expressief en speels, de sfeer is levendig en uitnodigend, en de doelgroep zijn jong volwassen die nieuwsgierig en willen ontdekken. Daarom past de merkwaarde Energiek het beste bij dit festival.**



Bekijk je onderzoek



Bekijk de aangeleverde lijst met merkwaarden



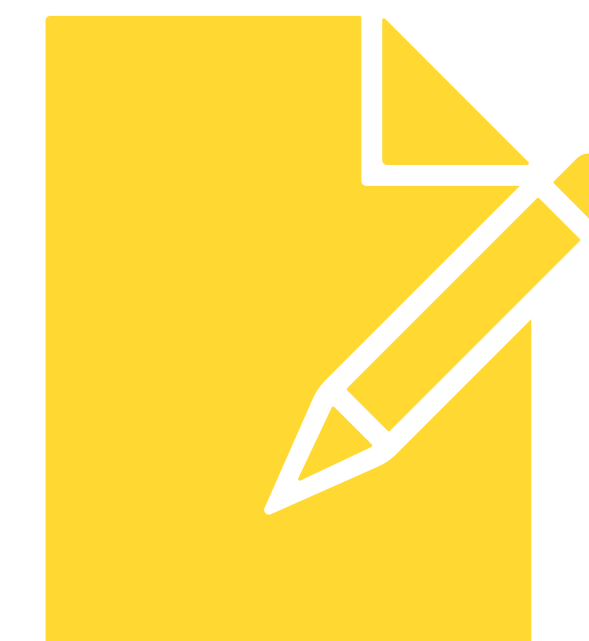
Leg uit waarom je tot deze keuze bent gekomen

## Stap 4: Conclusie onderzoek

### Waarom?

- Je onderzoek geeft richting aan de volgende stap “ideevorming” in het ontwerpproces

# STAP 4



+

**MERKWAARDE**

# Stap 4A: verzamel je 9 woorden

Je gebruikt hiervoor het onderzoek:

- Schrijf 3 woorden op die passen bij de **visuele stijl** van je festival.
- Schrijf 3 woorden op die passen bij de **sfeer/beleving**.
- Schrijf 3 woorden op die passen bij je **doelgroep**.



+

**MERKWAARDE**

## Stap 4B: kies de merkwaarde

- Kijk naar je 9 woorden: welk woord of gevoel zie je terugkomen?
- Dit is jouw rode draad (het verband).
- Bekijk de **lijst met merkwaarden**.
- **Kies** 1 merkwaarde (zie lijst met merkwaarden) die past bij jouw rode draad.

**Is het lastig?**

Vraag hulp aan een klasgenoot of docent.



**+**

**MERKWAARDE**

# Wat zijn merkwaarden?

Merkwaarden geven je merk karakter en kleur. Je kan het zien als de menselijke eigenschappen van je merk.

Eigenschappen waarmee mensen zich in jouw merk kunnen herkennen, en zich ermee willen verbinden.

Merkwaarden vormen daarmee een belangrijk onderdeel van je merkidentiteit en maken je onderscheidend.



# Merkwaarden

Acceptatie

Avontuurlijk

Brutaal

Bewust van

Diversiteit

Dynamisch

Energiek

Gedurfd

Gelijkwaardig

Gewaagd

Harmonisch

Inclusief

Inventief

Loyaal

Ontsnappen

Ontregelen

Rauw

Respectvol

Speelsheid

Uitdagend

Verbinding

Verleiden

Ruig

Zorgzaam

# Stap 4C: onderbouw je keuze

Gebruik de woorden uit 4A.

Schrijf in 1–2 korte zinnen waarom jouw merkwaarde past bij:

- de visuele stijl
- de sfeer/beleving
- de doelgroep



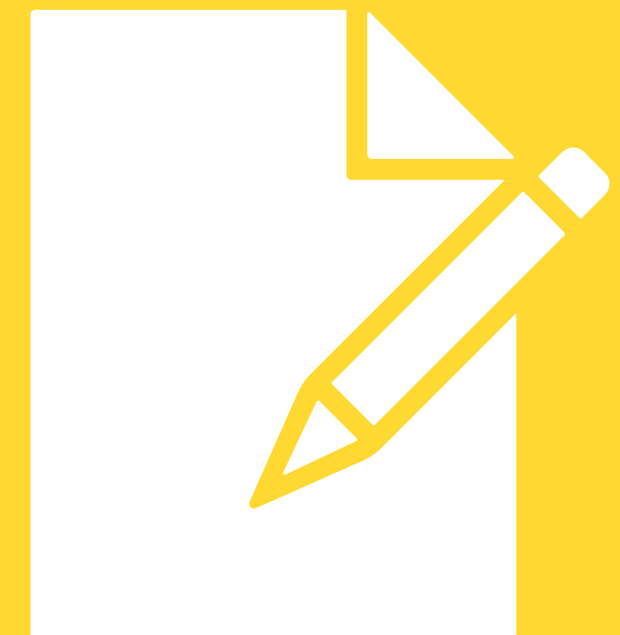
+

**MERKWAARDE**

# Productcriteria

- Je hebt een duidelijk overzicht gemaakt van de merkwaarden uit stap 1, 2 en 3.
- Je hebt één merkwaarde gekozen uit de lijst die je hebt gekregen.
- Je hebt een korte conclusie geschreven (1–2 zinnen) waarin je uitlegt waarom deze merkwaarde past bij: de visuele stijl, de sfeer of beleving, de doelgroep.

# STAP 4



+

**MERKWAARDE**

# Inleveren in Teams

- A. Je maakt in Indesign een A3 liggend document op. (Losse pagina's)
- B. Je maakt leesbare goed scans van het onderzoek uit je procesboek
- C. Bekijk wat/hoe je moet inleveren bij de opdracht in TEAMS!

# STAP 5

# Onderzoek festival totaal

## onderzoek visuele identiteit

**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

## onderzoek sfeer/beleving

**SFEER/BELEVING: levendig, uitnodigend, vrolijk**

## onderzoek doelgroep

## conclusie onderzoek + merkwaarde

<p>Visuele stijl - 3 woorden</p> <p><b>ritmisch</b> <b>speels</b> <b>expressief</b></p>	<p>Sfeer/beleving - 3 woorden</p> <p><b>levendig</b> <b>uitnodigend</b> <b>vrolijk</b></p>	<p>Doelgroep - 3 woorden</p> <p><b>ontdekken</b> <b>nieuwsgierig</b> <b>open</b></p>
<p>Gekozen merkwaarde: <b>Energiek</b></p>		
<p>Onderbouwing (1-2 zinnen)</p> <p><b>De visuele identiteit is expressief en speels, de sfeer is levendig en uitnodigend, en de doelgroep zijn jong volwassen die nieuwsgierig en willen ontdekken. Daarom past de merkwaarde <u>Energiek</u> het beste bij dit festival.</b></p>		

Voorbeeld Pukkelpop 2025

**DOELGROEP: ontdekken, nieuwsgierig, open**

De bezoekers van Pukkelpop zijn vooral jongvolwassen

De bezoekers van Pukkelpop komen vooral voor hele diverse muziekbeleving!



**Deadline onderzoek  
Vrijdag**