



SCHOUWEN DUIVELAND

MERKGIDS

INLEIDING	3
ONZE POSITIONERING	4
HET WOORDMERK	7
TYPOGRAFIE	13
KLEUREN	16
VORMELEMENT	18
SCHRIJFWIJZER	19
CONTENT	24
BEELDTAAL	26
UITINGEN	28
CONTACT	38

**DE GIDS DIE JOU NIET OVER HET
EILAND, MAAR DOOR HET MERK
SCHOUWEN-DUIVELAND GIDST.**

INLEIDING

DIT IS DE MERKGIDS VAN SCHOUWEN-DUIVELAND, MET ONS VERHAAL, VAN A TOT Z.

Deze merkgids is van ons allemaal. Voor iedereen die met het merk werkt. Iedereen die voor dit eiland staat. En er graag voor gaat. We beschrijven wat ons beweegt. Onze kern, identiteit, beeldtaal, manier van praten en schrijven. Zodat we op één golflengte zitten als we uitingen, teksten of campagnes maken. Gemaakt om te

helpen, dat is deze merkgids ook. Bij alle onderdelen geven we voorbeelden van toepassingen. Zodat het voor iedereen die voor én met het merk aan de slag gaat, een helder, inspirerend en praktisch document is. Iets waar je altijd even op kunt terugvallen.

Samen maken we er het beste van en halen we er het meeste uit, zoals we gewend zijn op Schouwen-Duiveland. Dus je kunt altijd contact opnemen met ons, via info@eilandmarketingsd.nl of 0111-202082.

SCHOUWEN-DUIVELAND MAKEN WE SAMEN.

POSITIONERING

SCHOUWEN-DUIVELAND IS MEER DAN EEN PLEK OP DE KAART.

Het is een gemeenschap. Een samenkomst van mensen die met **vindingrijkheid** en **toewijding** en **zonder opsmuk** van dit Eiland, hun thuis hebben gemaakt.

**WIJ ZIJN EILANDERS.
WE ZIJN TROTS, MAAR WARS VAN BORSTKLOPPERIJ.
GEVORMD DOOR DE ELEMENTEN, OMGEVEN DOOR WATER.
EN WE BEKIJKEN DE WERELD GEHEEL OP ONZE EIGEN MANIER.
WE MAKEN VAN DE NOOD EEN DEUGD.
WE ZIEN WAT ER IS EN WAT DE NATUUR ONS GEEFT.
EN WAT ONS EILAND ONS BRENGT.
WIJ MAKEN SCHOUWEN-DUIVELAND.**

HET WOORDMERK

Het leven met de natuur, de wind en het water heeft het karakter en de mentaliteit gevormd van de mensen op het eiland. **Kracht** is wat Schouwen-Duiveland(ers) kenmerkt.

Deze kracht heeft ons geïnspireerd en vormt de basis voor een robuuste, distincte en heel eigen identiteit. Met inspiratie uit de omgeving. Krachtig: hoekigheid, robuust, sterke lijnen.



PRIMAIR EN SECUNDAIR

PRIMAIR WOORDMERK

Het primaire Schouwen-Duiveland woordmerk bestaat uit het woord 'Schouwen-Duiveland' in een vaste verhouding naast elkaar geplaatst in kleur (positief). Het **primaire woordmerk** is geschikt voor een witte achtergrond of een achtergrond met een simpele structuur en kleur om een maximale leesbaarheid te garanderen.

SECUNDAIR WOORDMERK

Het woordmerk wordt bij voorkeur in kleur gebruikt. Soms is het grafisch of product technisch niet mogelijk om het **primaire woordmerk** te gebruiken. De keuze bestaat in dat geval uit de andere varianten zoals ze hiernaast zijn aangegeven. **Secundair diapositief** is hierin het meest wenselijk. Deze dient gebruikt te worden op donkere achtergronden als zwart en SD-Noordzee.

Primair woordmerk



Secundair zwart



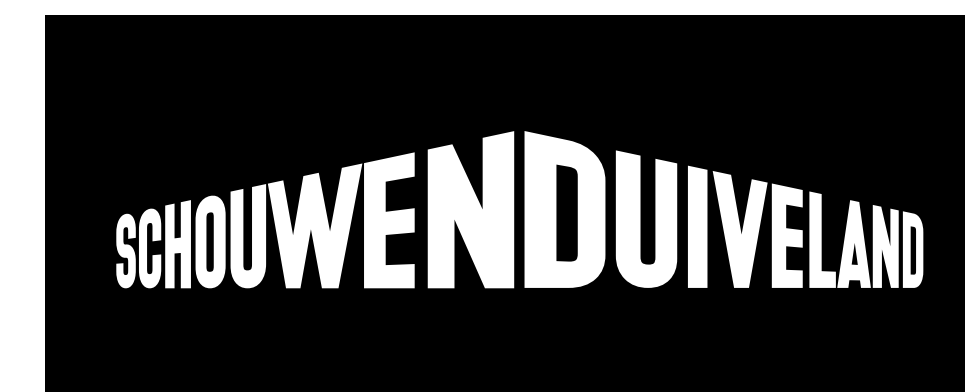
Secundair diapositief



Secundair wit-grijs



Secundair wit-wit



SPECIFICATIES

WOORDMERK

Het Schouwen-Duiveland woordmerk wordt toegepast op alle interne en externe communicatie.

Bij de plaatsing van het woordmerk moet een aantal dingen in acht genomen worden. Zorg dat het woordmerk goed leesbaar blijft. Bepaal de grootte en kleur om dit te bewerkstelligen. Om het woordmerk niet te laten concurreren met andere elementen, dient een vaste witruimte om het woordmerk gebruikt te worden. In deze witruimte mag je geen andere elementen plaatsen.

MINIMALE GROOTTE

Het is belangrijk om de minimale breedtes voor print en online aan te houden bij het plaatsen van het woordmerk. Deze maten komen voort uit een optimale zichtbaarheid en leesbaarheid van het woordmerk. Het woordmerk mag niet geplaatst worden kleiner dan de minimaal aangegeven maten.

MINIMALE VRIJE RUIMTE

Om het Schouwen-Duiveland merk krachtig en consistent te presenteren wordt er altijd een minimale vrije ruimte rondom aangehouden. Binnen deze ruimte worden geen andere logo's, teksten en beelden geplaatst. De minimale vrije ruimte is gerelateerd aan de maatvoering van het woordmerk. Wij adviseren om de minimale vrije ruimte tevens als hulpmiddel te gebruiken bij het positioneren op grotere vlakken. Het woordmerk in combinatie met het vormelement is hierop een uitzondering. Daar kan het woordmerk aan de bovenzijde dichter tegen de rand van het vormelement staan.

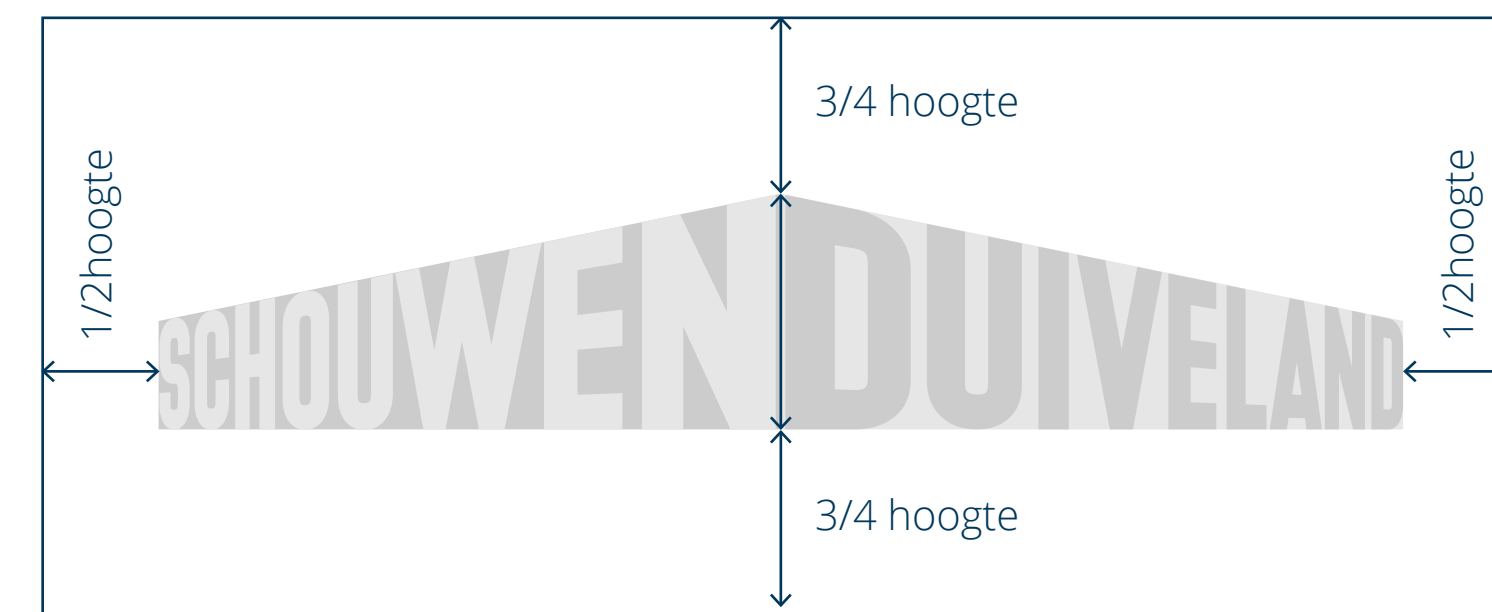
Print



Online



Minimale vrije ruimte



OP BEELD EN VORM

BEELD

Het Schouwen-Duiveland woordmerk staat primair op een gekleurde ondergrond. Bij sommige uitingen mag er gekozen worden om het woordmerk op beeld te plaatsen. Hierbij is het belangrijk dat het woordmerk goed leesbaar blijft.



VORM

Het Schouwen-Duiveland woordmerk mag gebruikt worden op de vormelementen. Hierbij is het belangrijk dat het woordmerk goed zicht-/ leesbaar blijft. Gebruik bij de opzet kleuren van het primaire en secundaire kleurenpalet.



COMBINEREN

GEMEENTE

Het Schouwen-Duiveland woordmerk mag gecombineerd worden met dorpen en steden. Hierbij verplaatst 'Schouwen-Duiveland' naar rechts en komt de plaats aan de linkerkant te staan.

PROVINCIAAL

Bij provinciale woordmerken is er gekozen om 'Schouwen-Duiveland' links te plaatsen en 'Zeeland' rechts. Een hiërarchisch gevolg.

OPSCOUWEN
DUIVELAND.NL

SCHOUWEN
DUIVELAND ZEELAND

BROUWERSHAVEN
SCHOUWEN
DUIVELAND

ZIERIKZEE
SCHOUWEN
DUIVELAND

BURGH
HAAMSTEDEN
SCHOUWEN
DUIVELAND

RENESE
SCHOUWEN
DUIVELAND

BRUINISSE
SCHOUWEN
DUIVELAND

BURGH
SCHOUWEN
DUIVELAND

TYPOGRAFIE

DENSO

De Denso gebruiken we in één gewicht; Bold.
De Italic-versies worden bij Denso vermeden.

OPEN SANS

Open Sans kent vele gewichten. Binnen de huisstijl werken we voornamelijk met de gewichten; Bold, SemiBold en Light. De Open Sans Italic-versies worden bij voorkeur vermeden.

TYPOGRAFISCHE KENMERKEN

De typografie van Schouwen-Duiveland kenmerkt zich door het stoere karakter van de typografie. Het gebruik van de Denso Bold in kapitalen voor titels springt daarbij het meest in het oog.

LETTERSpatiëRING

De Denso en de Open Sans maakt gebruik van de standaard letterspatie en wordt niet aangespatiëerd.

REGELAFSTANDEN

Vuistregel voor een goede regelafstand voor titels en koppen is een regelafstand van 100% van de corpgrootte. Voor inleidende teksten, streamers en quotes hanteren we een regelafstand van 120% van de corpgrootte. Voor leesteksten en bijschriften geldt een ruimere regelafstand van ca. 140% van de corpgrootte.

KLEURGEbruIK TYPOGRAFIE

Afwisseling van SD-Noordzee en SD-Dijkgras kan worden gehanteerd om contrast te creëren tussen verschillende tekstgedeelten. Teksten in kleurvlakken of op fotografische ondergrond kunnen in één van de andere huisstijlkleuren worden gezet. Een extra titel op de foto of een afbeelding is toegestaan, maar deze titel moet goed leesbaar zijn. Bij uitingen waar het drukprocedé te wensen overlaat kan bodytekst in een 100% zwart geplaatst worden.

UITLIJNING

Bij voorkeur worden teksten linkslijnend toegepast.

AANSCHAF LETTERTYPES

Bureaus die vormgevingswerkzaamheden voor Schouwen-Duiveland uitvoeren, dienen het lettertype Denso aan te vragen via onze communicatie afdeling. De keuze hiervoor is bewust, aangezien we een onderscheidend en herkenbaar merk willen zijn. Open Sans is vrij verkrijgbaar o.a. bij Google Fonts. Let op: het is niet altijd noodzakelijk om alle lettertypes aan te schaffen.

KOPPEN

DENSO BOLD

Denso Bold gebruiken we primair voor titels en koppen. Deze mag ook gebruikt worden voor tussenkopjes en/of accenten die in de tekst gelegd worden.

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890!?!&@.,**

Denso Bold

OPEN SANS BOLD

Open Sans Bold mag alleen gebruikt worden voor accenten en onderschriften in grote uitingen als een abri. Bij regulier drukwerk en online uitingen wordt er primair gebruik gemaakt van de **Open Sans SemiBold** als accent en/of onderschrift.

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!?!&@.,**

Open Sans Bold

PLATTE TEKST

OPEN SANS SEMI BOLD

Open Sans SemiBold mag alleen gebruikt worden voor accenten en onderschriften in uitingen als drukwerk. Bij grotere uitingen als een abri wordt hier gebruik gemaakt van de **Open Sans Bold** als accent en/of onderschrift.

OPEN SANS LIGHT

Bij drukwerk en online uitingen wordt er primair gebruik gemaakt van de **Open Sans Light** als platte en/of inleidende teksten. Let er hier op dat Italic varianten het liefst vermeden worden.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!?!&@.,

Open Sans SemiBold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!?!&@.,

Open Sans Light

KLEUREN

PRIMAIRE KLEUREN

Schouwen-Duiveland is herkenbaar dankzij haar krachtige primaire kleuren; signaalkleuren. Voor het gebruik van deze kleuren zijn de kleuropbouwen bepaald voor RAL, CMYK (print- of drukwerk), RGB (beeldscherm) en HEX (website). Wit is de basiskleur van de ondergrond. Het is belangrijk dat we bij uitingen kiezen voor een zo wit mogelijke papiersoort om het geheel fris te laten overkomen.

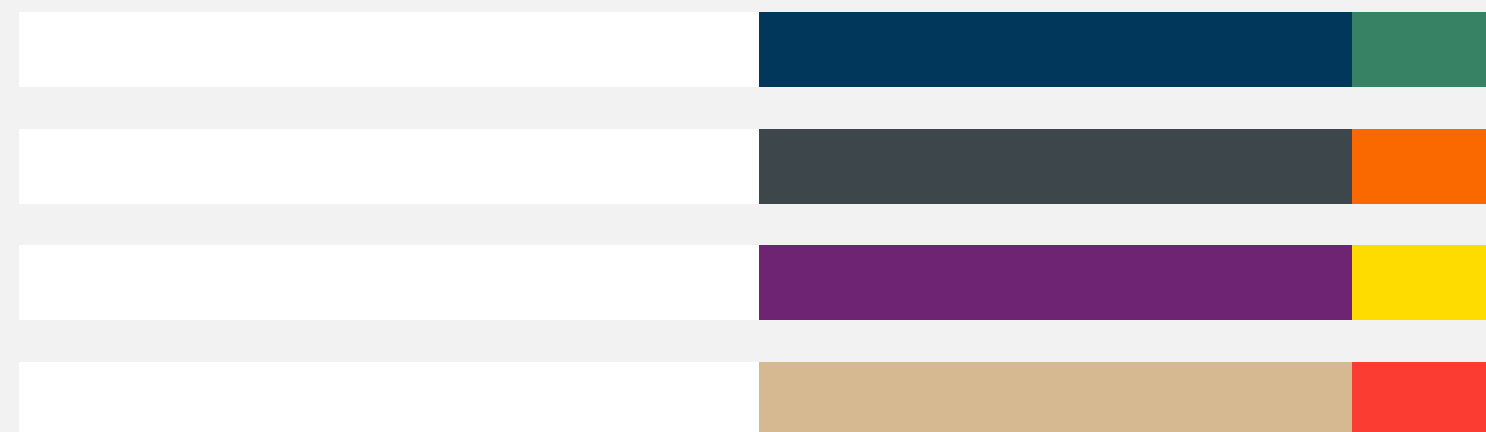
PMS 3278 C 80 R 55 M 25 G 129 Y 65 B 100 K 15 HEX#378164	PMS 1787 C 0 R 250 M 85 G 60 Y 75 B 50 K 0 HEX#fa3c32	PMS 1585 C 0 R 250 M 70 G 105 Y 95 B 0 K 0 HEX#fa6900	PMS 109 C 0 R 255 M 10 G 220 Y 90 B 0 K 0 HEX#ffdc00	PMS 285 C 80 R 0 M 40 G 130 Y 5 B 195 K 0 HEX#0082c3
				




SECUNDAIRE KLEUREN

Schouwen-Duiveland gebruikt ook krachtige secundaire kleuren. Deze mogen gebruikt worden als achtergrond in uitingen. Let er hierbij wel op dat de teksten in de uiting goed leesbaar blijven. Deze kleuren zijn op dezelfde manier opgebouwd als het primaire kleurenpalet.

KLEURHIËRARCHIE

Richtlijnen bij het gebruik van de kleuren in een uiting zijn bij voorkeur: 50% wit en/of beeld, 40% secundaire kleur en 10% primaire (signaal) kleur. Bij hoge uitzondering mag licht grijs (5% zwart) gebruikt worden als wit.

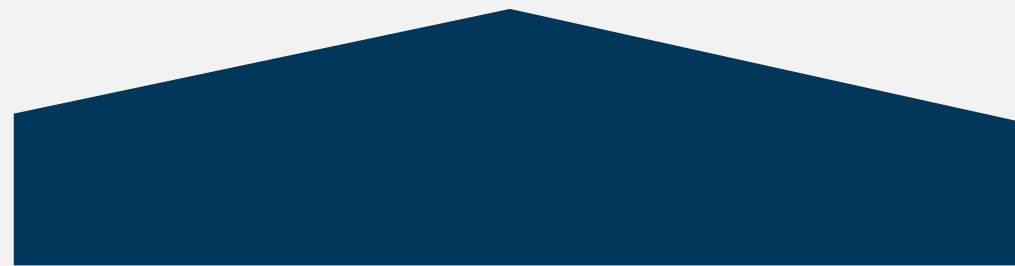


PMS 2955 C 100 R 0 M 75 G 55 Y 40 B 90 K 25 HEX#00375a	PMS 432 C 70 R 60 M 55 G 70 Y 50 B 75 K 50 HEX#3c464b	PMS 512 C 70 R 110 M 100 G 35 Y 15 B 115 K 0 HEX#6e2373	PMS 466 C 0 R 215 M 20 G 185 Y 40 B 145 K 20 HEX#d7b991
			

VORMELEMENT

Bij het gebruik van de vormelementen moet in acht genomen worden dat de elementen niet mogen overheersen en niet te veel een beeld afdekken. De elementen dienen niet geplaatst te worden over gezichten. De aangeleverde voorbeelden geven het juiste gebruik aan.

Gebruik de vorm altijd wijzend naar boven. De vorm mag niet 90° of 180° gedraaid worden. Hiernaast zie je enkele voorbeelden. Het vormelement mag maar één keer vullend gebruikt worden in de opmaak. Daarnaast mag het element nogmaals gebruikt worden als kader/insert voor een informatieve tekst zoals adres of extra info.



A4 advertentie stand



A4 advertentie stand

SCHRIJFWIJZER

DE TOON:

WE KUNNEN ONTSPANNEN OMGAAN MET VERSCHILLEN EN UITDAGINGEN EN GAAN ER VAN UIT DAT WE SAMEN OPLOSSINGEN VINDEN. NUCHTER EN POSITIEF.

WE ZIJN ALTIJD HEEL OPEN EN OPRECHT IN ONZE COMMUNICATIE, SCHEPPEN DE JUISTE VERWACHTINGEN EN WINDEN NERGENS DOEKJES OM. WARS VAN FLAUWEKUL, MAAR MET AANDACHT VOOR ONS PUBLIEK.

WE PRATEN VOL ENTHOUSIASME OVER MOOIE DINGEN EN MOGELIJKHEDEN EN BETREKKEN DAARMEE BEWONERS EN BEZOEKERS. WE ZITTEN VOL VERHALEN DIE WE GRAAG DELEN. HEB JE EVEN?

ONS KARAKTER ZET DE TOON

Het water is hier niet te ontlopen. Dat levert veel op, maar Schouwen-Duiveland kent ook de donkere kanten van het leven met water. Door de eeuwen heeft men hier geleerd er het beste van te maken, er het meeste uit te halen.

Om na een overstroming of een verloren schip het leven weer op te pakken en door te gaan. Op karakter. Zo is het eiland gemaakt, verdedigd en welvarend geworden. De omstandigheden hebben van de Schouwen-Duivelanders een ondernemend slag mensen gemaakt, inventief maar geaard. Samen waar het kan, eigenzinnig als het moet. Kop in de wind, poten in de klei en iets moois opbouwen. En dat zet onze toon!

TYPISCH SCHOUWEN-DUIVELAND

We zijn duidelijk. Punt uit. Met soms een uitroepteken. Ontspannen, oprecht en oplossingsgericht. O, jazeker. In woord en in daad. Kort, maar krachtig. Want met zoveel zilt in de lucht, zijn we wars van flauwekul. De slimme knipoog. Daar zijn we ook van. Enthousiast, zonder té veel woorden. Positief, zonder mooipraterij. Ons hart kan stilletjes overlopen van trots, maar borstklopperij is ons vreemd. We praten vol overtuiging en aanstekelijk over al het moois en de mogelijkheden die ons eiland te bieden heeft. Zo betrekken we bewoners en bezoekers. En zeg maar jij, als u dat niet erg vindt.

TEGEN WIE HEBBEN WE HET

WIE DAN?

Op de eerste plaats is Schouwen-Duiveland er voor **bewoners**. Mensen die wonen, leven, werken op het eiland. Die er een onderneming hebben of naar school gaan. Hun belangen, wensen en grieven kennen en erkennen we.

We zijn er voor mensen die hier willen **werken** en/of ondernemen.

En natuurlijk voor de **bezoekers**. De mensen die in het hoogseizoen de stranden bevolken met gezinnen en vrienden. En degenen die in het tussen- en laagseizoen komen genieten van de ruimte, de natuur, het heerlijke eten en de mogelijkheden om actief te recreëren.

HET ENIGE WAT ZE ZICH AANTREKKEN VAN REGEN, IS EEN REGENJAS.

DE GEMENE DELER

Onze drie doelgroepen lopen qua doel enorm uiteen, toch zit het heel dicht bij elkaar. Leeftijd bijvoorbeeld, dat zegt hen niks. Een getal blijft een getal, hun karakter blijft zich graag ontwikkelen. Ze zijn op zoek naar verrassing en verrijking. Een bestemming die hun leven interessanter maakt en hen wat nieuws leert en laat beleven.

Daarom blijven ze ver weg van bestemmingen die 'onecht' voelen. Plekken die kiezen voor de weg van de minste weerstand. Die niet voldoende aandacht geven aan de mensen, natuur en wereld om hen heen. Bewust zijn.

Een berg beklimmen staat niet bovenaan hun to-do list, maar in beweging blijven ze zeker. Fietsen, wandelen, het water op. Voor een hele dag zonnebaden bedanken ze vriendelijk. Maar ze worden blij van het strand in de buurt. De werkdag door midden hakken met lunch op het strand, is natuurlijk een uitstekende reden om op het eiland te komen werken.

Ze genieten bewust van het mooie dat het leven biedt: lekker eten, mooi gemaakte dingen, fascinerende natuur en het almaar veranderende licht op het eiland.

ZEG MAAR JIJ, ALS U DAT NIET ERG VINDT

ALSOF WE NAAST JE STAAN

Van bezoekers, bewoners tot bedrijven. De zoektocht van onze doelgroep is niet die van de massa. Dat is ook voor hen even zoeken.

Dan is het fijn als je wensen begrepen worden. Je het gevoel hebt dat je door een goede vriend wordt aangesproken. Eentje die precies snapt wat je zoekt en waarom.

Daarom spreken we onze doelgroep aan met jij en je. Alsof we naast ze staan, terwijl ze voor de eerste keer met kaplaarzen aan mosselen rapen bij laagwater.

**AAN ONS STRAND WAAI
JE JOUW HOOFD LEEG EN
EET JE JOUW BUIK VOL.**

**SCHRIJF ZO ACTIEF ALS
ONZE DOELGROEP OP EEN
ZATERDAGMIDDAG.**

SCHRIJVEN IS SCHRAPPEN

We willen mensen enthousiast maken voor alles wat Schouwen-Duiveland te bieden heeft. Dus voordat je schrijft, stel je voor:

Je staat in een luidruchtige bar, terwijl je heel enthousiast je verhaal aan vrienden probeert over te brengen.

Dat doe je:

Kort, maar niet te kort door de bocht. Energiek, persoonlijk en kraakhelder. Met zo nu en dan humor om de aandacht vast te houden. En poespas is uit den boze, want afleiding ligt altijd op de loer. En dan ben je ze kwijt.

SCHRIJFTIPS

TIP #1: HOUD HET KORT EN BONDIG

- Vermijd te lange zinnen
- Zorg voor ritme: wissel korte en lange zinnen af
- Gebruik zoveel mogelijk spreektaal
- Met weinig woorden meer zeggen
- Gebruik functionele humor: **De slimme knipoog**
- Geen overtreffende trap
- Gezegden en spreekwoorden zijn altijd welkom. Herkenbaar en Zeeuws.
- Niet te veel bijvoeglijke naamwoorden
- Voorkom clichés en holle frasen als 'leuk' en 'bijzonder'. Vertel wát er zo leuk en bijzonder is
- Een tussenkop kan altijd
- Liever geen verkleinwoorden
- Wees zuinig met uitroeptekens

TIP#2: BULLETPONTS

Om kort en krachtig te kunnen formuleren kun je zo nu en dan bulletpoints gebruiken.

TIP #3: WAT ONS ONDERSCHIEDT ZIJN ONZE EIGEN ZEEUWSE WOORDEN.

Hier en daar mag gerust een Zeeuws woord gebruikt worden. Waar Nederland het heeft over mosselen, hebben wij het over mossels. Zet het eigen woord in SemiBold. Dan is het duidelijk dat het geen spelfout is.

TIP#4: WWW.SYNONIEMEN.NET

TIP#5: CREËER GEVOEL

Er is altijd ruimte voor een zin die nét even wat meer woorden nodig heeft. Speel met taal, zoek de tegenstelling op, gebruik slimme humor, creëer gevoel, emotie en warme herkenning. We zijn tenslotte een bestemming. Voor vakantie. Om te wonen of werken. En dat is nooit een zakelijke aangelegenheid.

Een aantal voorbeelden voor het gevoel:

- Bewonderen en verwonderen. Zien, maar niet per se gezien worden.
- Je surft over het water en zweeft door de musea.
- Het zand tussen je wijzerplaten zet de tijd even stil.
- Vergeet hier het ritme van thuis, want dat komt net zo vanzelfsprekend als eb en vloed vanzelf weer een keer terug.
- Hier is ruimte voor van alles en nog niks.
- Wanneer de vloed zich terugtrekt worden de Zeeuwse schatten en parels van Schouwen-Duiveland goed zichtbaar.
- Het schitterende landschap doet je een zonnebril dragen.

DE MENS MAAKT DIT EILAND EN
DIT EILAND MAAKT DE MENS.

LIEVER WEL

WEL:

Hier maak je je eigen pad

WEL:

Gin gemaakt met zuiver water, verse kruiden en pure liefde

WEL:

Lepelaars spotten en Kraakverse Mosselen eten

WOORDEN DIE BIJ ONS PASSEN

Ontmoeten, gastvrijheid, eenvoud, frisse lucht, maken, ontdekken, zilt, zee, actief ontspannen, ontdekken, nuchter, vitaal, karakter, verrijken, rijk, overkanten, water rondom, Zeeuwse woorden, ongecompliceerd, zorgzaam, bewust, kracht, aandacht, voor elkaar, samen, eensgezind, ontdekken, energie, positief, gelukkig, hart.

LIEVER NIET

NIET (TE WEINIG INSPIREREND):

10 fietsroutes over het eiland

NIET (OPSCHEPPERIG, NIET INTERESSANT):

De lekkerste gin van Nederland

NIET (TE ALGEMEEN NIETZEGGEND TOERISTISCH):

Genieten van natuur en lekker eten

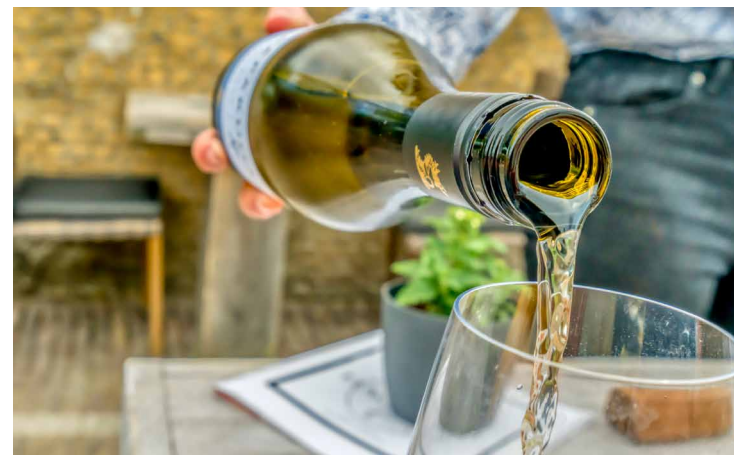
WOORDEN DIE MINDER PASSEN

Rust en ruimte, superlatieven, verkleinwoorden, modewoorden, leenwoorden, genieten, shoppen, kids, lui, feesten, party, groots, geweldig, Engelse woorden, overtreffende trappen, woorden die erg trendgevoelig zijn. Verouderde woorden (sjiekdoenerij) zoals: vertoeven.

CONTENT

VERHALEN OVER ONZE MENSEN.

Hoe de mensen vanuit wat gegeven is, wat de natuur en de historie aanreikt, met mooie oplossingen komen. We laten de vindingrijkheid van de bewoners zien.



VERHALEN OVER ONZE BEZOEKERS.

In deze content staat de beleving centraal: Hoe ervaren mensen wat de natuur biedt, wat het eiland geeft en hoe het je verrijkt. We verzamelen echte verhalen van rond het eiland.



Fotocredits: NP Oosterschelde

CONTENT

TIP#1: DE MENS CENTRAAL

Als we het over content hebben, hebben we het het liefst over onze mensen. Zij maken dit eiland tot wat het is. En als we het over de mensen van het eiland hebben, hebben we het over het merk Schouwen-Duiveland.

We vertellen graag wat de mensen hier doen. Hoe ze van niets iets maken. Hoe ze tegen het water hebben gevochten, hun bedrijf hebben gebouwd. Hun passie voor muziek, biologische kruiden of onderwaterfauna.

DEZE AANPAK ZET AUTOMATISCH DRIE DINGEN IN DE SPOTLIGHT:

1. Mens
2. Karakter (van het eiland)
3. Locatie. Waar woont of werkt iemand?
En wat maakt die plek zo interessant?

BEELDTAAL

PLAATSEN VAN BEELD

Belangrijk bij het plaatsen van het beeld is dat mens, dier, eten of plaats centraal hoort te staan in het beeld. Het liefst zien we in een uiting een verbinding tussen twee mensen. De beelden horen sfeer uit te stralen, alsof je door het beeld in het verhaal wordt gezogen.

Let op dat het beeld een goeie sfeer heeft en qua kleur past bij de huisstijl. In de beelden maken we het liefst gebruik van scherpte-diepte, zodat we als het nodig is de focus kunnen leggen op datgene wat het belangrijkste is in het beeld.

BEELDTAAL

De beeldtaal is in beweging, met bewust gedrag, krachtig vastgelegd.

BEWEGING

We leggen zoveel mogelijk verhalend vast. Dus niet een geposeerde foto. Maar eerder alsof je een film op pauze zet. Als kijker ben je even stille getuige in het midden van een authentiek verhaal.

BEWUST

Dit slaat rechtstreeks op wat er gebeurt in de foto. Het gedrag van mensen in beeld.

Bijvoorbeeld: Als bezoekers op het strand worden vastgelegd en ze drinken wat, zorg dan in styling dat ze drinken uit een herbruikbare drinkfles in plaats van een wegwerpflesje.

KRACHTIG

Leg onderwerpen in hun eigen kracht vast. Laat mensen iets doen, dat bij ze past. Dat zorgt voor zelfverzekerdheid en dit draagt ook bij aan de natuurlijke verhalendheid.

Kies voor het vastleggen van niet-levende objecten als bijvoorbeeld gebouwen en bomen voor een iets lager perspectief, zodat het statig en stevig wordt.



UITINGEN

PRINT

Om consistentie te garanderen in print uitingen kun je de volgende voorbeelden gebruiken bij het ontwikkelen van een nieuwe uiting. Gebruik hiervoor altijd de aangeleverde templates.

Onderstaande voorbeelden zijn ter inspiratie.





A4 magazine advertentie liggend



A4 magazine advertentie staand



200x200mm brochure cover

UIT JE DAK!

Arumqui dus moluptae etusandi ventius qui nus, sequo te consequae ea aspella nihilia sunt rehendis delibus, et odicime pliquo quatemporae vitam et quo oditini antenit, offictae ex eate ni dignias quia non poremi niet et ipid quam hil idellab oreperum dolessi tore. Moluptae etusandi ventius eate ni dignias quia. Arumqui dus moluptae etusandi ventius qui nus, sequo te consequae. Arumqui dus moluptae etusandi ventius qui nus, sequo te consequae ea aspella nihilia sunt rehendis delibus, et odicime pliquo quatemporae vitam et quo oditini antenit.

Offictae ex eate ni dignias quia non poremi niet et ipid quam hil idellab oreperum dolessi tore. Arumqui dus moluptae etusandi ventius qui nus, sequo te consequae ea aspella nihilia sunt rehendis delibus, et odicime pliquo quatemporae vitam et quo oditini antenit, offictae ex eate ni dignias quia non poremi niet et ipid quam hil idellab oreperum dolessi tore. Moluptae etusandi ventius eate ni dignias quia.

ZEEUWS ZOMERFESTIVAL
24 Juni 2022 - Zierikzee

CONCERT AT SEA
18 Juli 2022 - Renesse

ZEEUWS ZOMERFESTIVAL
24 Juli 2022 - Bruinisse

SCHOUWENDUIVELAND

A4 magazine advertentie liggend

VERSE VANGST

Mosselen: moltae etusandi ventius qui nus sequo te consequae ea aspella nihilia sunt rehendis delibus, et odicime pliquo quatemporae vitam et quo oditini antenit, offictae ex eate ni dignias quia non poremi niet et ipid quam hil idellab oreperum dolessi tore.

Arumqui dus moluptae etusandi ventius qui nus, sequo te consequae ea aspella nihilia sunt rehendis delibus, et odicime pliquo quatemporae vitam et quo oditini antenit, offictae ex eate ni dignias quia non poremi niet et ipid quam hil idellab oreperum dolessi tore.

Restaurant Het Vissershuis
Westenschouwenseweg 20
4328 RE Burgh-Haamstede

BURGH HAAMSTEDE SCHOUWENDUIVELAND

A4 magazine advertentie staand

FIETSRUTES 2022

TOCH FIETSEN OP SCHOUW?
Arumqui dus moluptae etusandi ventius qui nus, sequo te consequae ea aspella nihilia sunt rehendis delibus, et odicime pliquo. **Blz. 12**

WANDELEN DOOR DUINEN
Arumqui dus moluptae etusandi ventius qui nus, sequo te consequae ea aspella nihilia sunt rehendis delibus, et odicime pliquo. **Blz. 38**

SCHOUWENDUIVELAND

200x200mm brochure cover

VERSE VANGST

Mosselen! moltae etusandi ventius qui nus, sequo te consequae ea aspella nihilla sunt rehendis delibus, et odicime pliquo quaterporae vitam et quo oditini antenit, offictae ex eate ni dignias quia non porem niet et ipid quam hil idellab oreperum dolessi tore.

Arumqui dus moluptae etusandi ventius qui nus, sequo te consequae ea aspella nihilla sunt rehendis delibus, et odicime pliquo quaterporae vitam et quo oditini antenit, offictae ex eate ni dignias quia non porem niet et ipid quam hil idellab oreperum dolessi tore.

Restaurant Het Vissershuis
Westenschouwensweg 20
4328 RE Burgh-Haamstede

BURGH SCHOUWEN
HAAMSTEDE DUIVELAND

A5 brochure pagina

EINDELOOS FIETSEN

SCHOUWENDUIVELAND

Arumqui dus moluptae etusandi ventius qui nus, te consequae ea aspella nihilla sunt rehendis delibus, antenit, offictae ex eate ni dignias quia non porem niet et ipid quam hil idellab oreperum dolessi tore. Arumqui dus moluptae etusandi ventius qui nus, sequo te consequae ea aspella nihilla sunt rehendis delibus.

Ipid quam hil idellab oreperum dolessi tore. Moluptae etusandi ventius eate ni dignias quia. Arumqui dus moluptae etusandi ventius qui nus, sequo te consequae. Maxime esco dem fuga. Nam fuga solupatus modti, aut excestrum nistoreria ex ellenem audae iunt. Itatia doluptam sim es sam int endios molum. Uilignieniam harum quatibeatem nonsequi corum que evellent onsequam volorem. Nequi oodi auda nobis am non reptatem es andisa aut autenias aut dolor saniae asit iustrum autemperum volecep tatquia erupatquis mi, is iur magnationes arit asiti nulparchilla velendit prat magna coreper iberibus maaim que aliqae id qui ut renatum fugas nos amus vernam asi repelg namendae non eosapid quos pratemp elesseque dolorio.

Et ea doluptatibus volestio voluptietur autecte nam as ipsam ut eveillature volo imi, omnimus aciur aligendit optatum harchi liquis molum quia quo milla dolut dolendu cienimo dignimi nictatem quam que parcima quam corporum faccus delit quam corum excecatur as veruptis parum dem sunt ulparum vent fuga. Molorehent dotenerunt estus, sam faccus et vere veritat iundigendia quam eos dolorum vollese rpiciminis et estis dio blandi repedi ipsam quasint pos maion con nulpia quam, tem est millupatur sed quam natus eosit, solo odotisi sitaquis que duccipam, quam, ea sokit od uliab usame et mi, cone nihil isentti ssequantem fugiti rerum, aperum nonectisciae et ipsapiendae pratiores arcientiae doluptat fuga ad moluptam qui dis doluptaquam laut mi, sumet illicaeorem necta acerecum esci a quam esocit, eat que consequantis rerum ne con exerramet vellabo reserchita volentinci omnis sunt il minicis raeprepel molore peribus, ut recullorro captatur?

Fietsen! moltae etusandi ventius qui nus, sequo te consequae ea aspella nihilla sunt rehendis delibus, et odicime pliquo quaterporae vitam et quo oditini antenit, offictae ex eate ni dignias quia non porem niet et ipid quam hil idellab oreperum dolessi tore.

Arumqui dus moluptae etusandi ventius qui nus, sequo te consequae ea aspella nihilla sunt rehendis delibus, et odicime pliquo quaterporae vitam et quo oditini antenit, offictae ex eate ni dignias quia non porem niet et ipid quam hil idellab oreperum dolessi tore.

A5 brochure spread

UIT JE DAK!

SCHOUWENDUIVELAND

Arumqui dus moluptae etusandi ventius qui nus, te consequae ea aspella nihilla sunt rehendis delibus, antenit, offictae ex eate ni dignias quia non porem niet et ipid quam hil idellab oreperum dolessi tore. Arumqui dus moluptae etusandi ventius qui nus, sequo te consequae ea aspella nihilla sunt rehendis delibus.

Ipid quam hil idellab oreperum dolessi tore. Moluptae etusandi ventius eate ni dignias quia. Arumqui dus moluptae etusandi ventius qui nus, sequo te consequae. Maxime esco dem fuga. Nam fuga solupatus modti, aut excestrum nistoreria ex ellenem audae iunt. Itatia doluptam sim es sam int endios molum. Uilignieniam harum quatibeatem nonsequi corum que evellent onsequam volorem. Nequi oodi auda nobis am non reptatem es andisa aut autenias aut dolor saniae asit iustrum autemperum volecep tatquia erupatquis mi, is iur magnationes arit asiti nulparchilla velendit prat magna coreper iberibus maaim que aliqae id qui ut renatum fugas nos amus vernam asi repelg namendae non eosapid quos pratemp elesseque dolorio.

Et ea doluptatibus volestio voluptietur autecte nam as ipsam ut eveillature volo imi, omnimus aciur aligendit optatum harchi liquis molum quia quo milla dolut dolendu cienimo dignimi nictatem quam que parcima quam corporum faccus delit quam corum excecatur as veruptis parum dem sunt ulparum vent fuga. Molorehent dotenerunt estus, sam faccus et vere veritat iundigendia quam eos dolorum vollese rpiciminis et estis dio blandi repedi ipsam quasint pos maion con nulpia quam, tem est millupatur sed quam natus eosit, solo odotisi sitaquis que duccipam, quam, ea sokit od uliab usame et mi, cone nihil isentti ssequantem fugiti rerum, aperum nonectisciae et ipsapiendae pratiores arcientiae doluptat fuga ad moluptam qui dis doluptaquam laut mi, sumet illicaeorem necta acerecum esci a quam esocit, eat que consequantis rerum ne con exerramet vellabo reserchita volentinci omnis sunt il minicis raeprepel molore peribus, ut recullorro captatur?

Obitatus acerios alitonsedis evellit que molento et iderovi tintint est ulparuptat. Assum arum re magnam, volorem oluptas dolut quo is et untatem. Ut minctatem fugiae vendi as el ideria simusam ipsam ut plandiam volupatus que et ero pore sumte dolut quosa doluptatus explic test, volupta tialiant faccum ressecto eum sim volupta nostem volupatis rector aut oodi ipiet accupattem. Imenda consent et est, to et, iliquas eum nonem et av enis saqui debet aut aut labor rati as acimendi ucipunitam qui volupatur? Mitit voluptam reperum quos aut audiam, vendis quam samus aut pratate nimpori autem harchis cipsunt aliqui as rehenhil in earum ut omnis sandus nis mi, occus.

ZEEUWS ZOMERFESTIVAL
24 juni 2022 - Zierikzee

CONCERT AT SEA
18 juli 2022 - Renesse

ZEEUWS ZOMERFESTIVAL
24 juli 2022 - Bruinisse

A5 brochure spread



A5 brochure spread



A5 brochure pagina

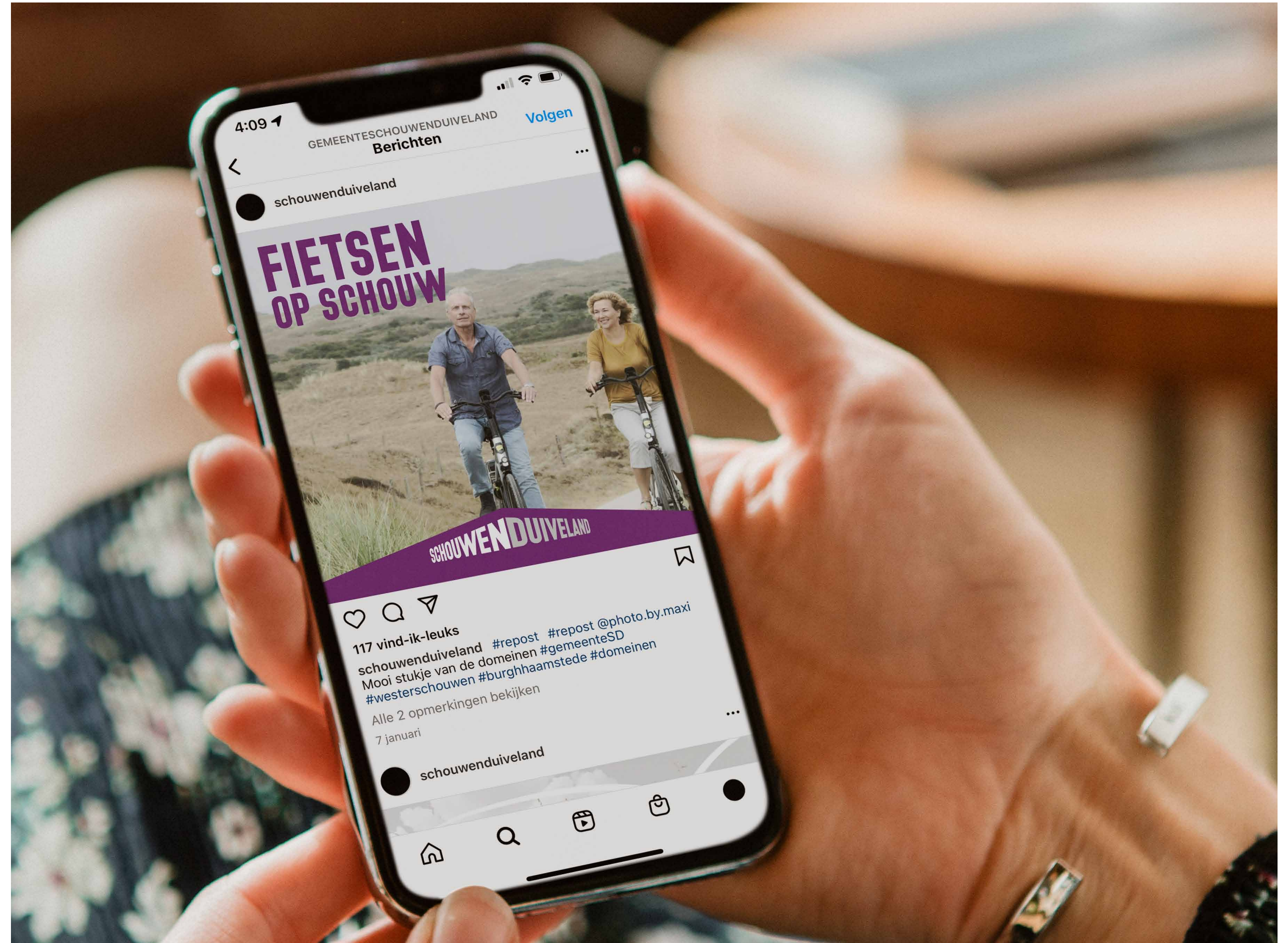


A5 brochure pagina

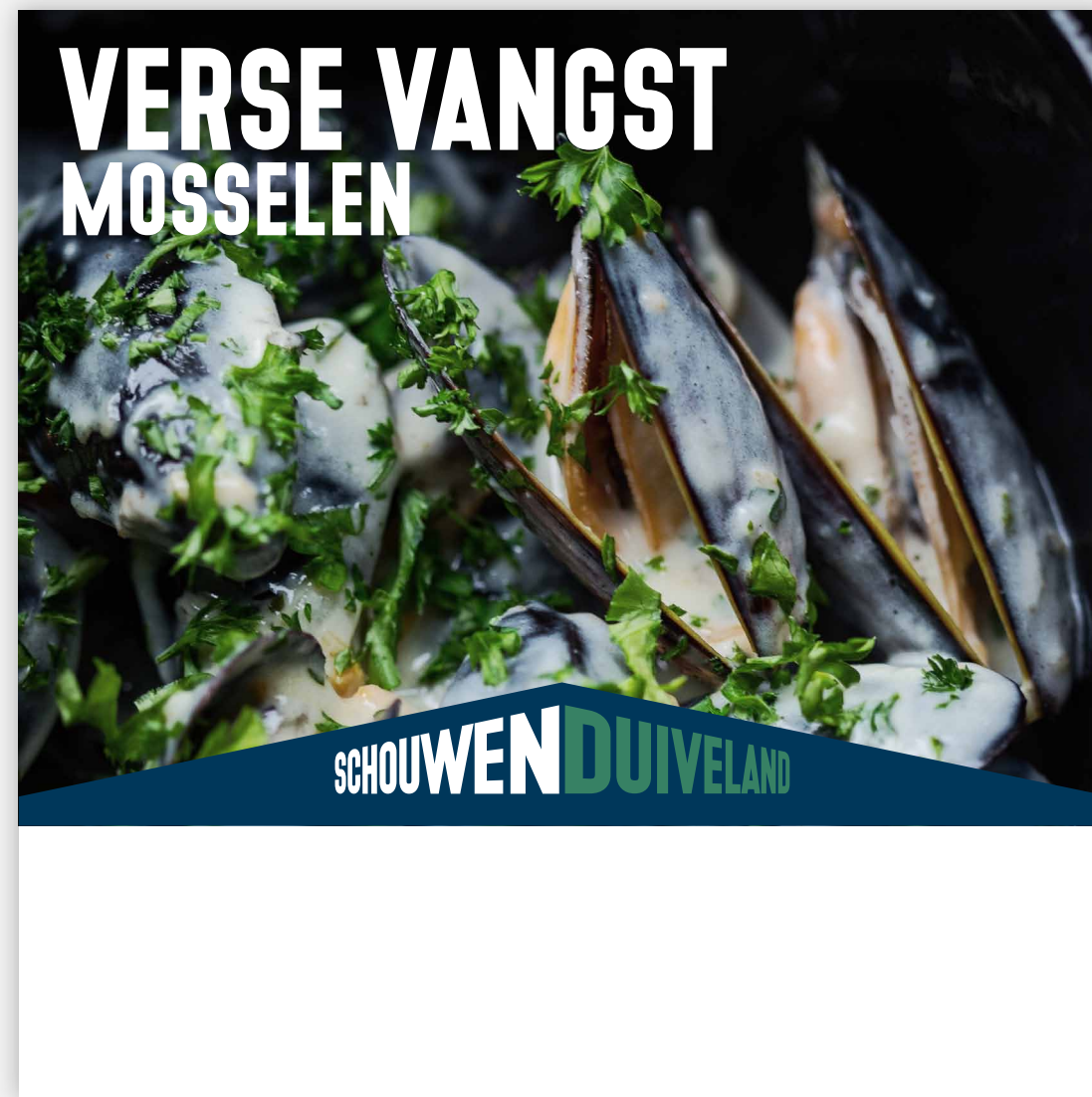
ONLINE UITINGEN

Om consistentie te garanderen in online uitingen kun je de volgende voorbeelden gebruiken bij het ontwikkelen van een nieuwe uiting. Gebruik hiervoor altijd de aangeleverde templates.

Onderstaande voorbeelden zijn ter inspiratie.



ONLINE VOORBEELDEN



1:1 1080x1080px



4:3 1080x1440px



16:9 1080x1920px

ONLINE VOORBEELDEN



1:1 1080x1080px



4:3 1080x1440px



16:9 1080x1920px

PRODUCTIE UITINGEN

Om consistentie te garanderen in productie uitingen kun je de volgende voorbeelden gebruiken bij het ontwikkelen van een nieuwe uiting. Gebruik wanneer mogelijk hiervoor altijd de aangeleverde templates.

Onderstaande voorbeelden zijn ter inspiratie.



PRODUCTIE VOORBEEDEN



CONTACT

VRAGEN, OPMERKINGEN EN IDEEËN?

BEL OF MAIL ONS:

0111 - 202082

info@eilandmarketingsd.nl



BEDANKT EN VEEL PLEZIER!

SCHOUWEN DUIVELAND