



## Toelichting keuzes

**Naam visuele stijl:** Asymmetric Typography

### Kenmerken van de stijl

De kenmerken van de stijl zijn dat er gebruikt wordt gemaakt van schreefloze lettertypes en dat tekst asymmetrisch op de pagina staat. Er wordt veel gebruik gemaakt van witruimtes en vaak is er een diagonale compositie die makkelijk te volgen is.

### Voedselkeuze

Ik heb gekozen voor snoepgoed, doordat hiermee ik veel kon spelen met verschillende vormen. Uiteindelijk heb ik gekozen om de het snoepgoed er als letters te laten uitzien omdat dat het beste past bij mijn stijl.

### Doelgroepkeuze

Mijn doelgroep zijn zakenmensen. Dit komt omdat de stijl een hele strakke en serieuze uitstraling heeft wat ik vond passen bij dit doelgroep.

### Sfeer

De sfeer van de visuele stijl is serieus en modernistisch. Dit heb ik toegepast door simpele vormen te gebruiken en contrasterende kleuren. Er is een grappige juxtapositie met mijn voedselkeuze, doordat snoep een speelse sfeer heeft.

## Toelichting vormgeving

**Kleurpalet (vul het vakje met de kleurkeuze)**



### Vormen

De meest kenmerkende vormen zijn cirkels, lijnen en letters. Dit zijn vormen die kenmerkend zijn voor mijn stijl. Het zijn simpele vormen die ik steeds op andere manieren heb toegepast in mijn vormgeving.

### Typografie

De lettertypes die ik heb gekozen zijn "Basic Commercial LTD Bold" voor de titels en kopjes en "futura" voor de langere stukken tekst. Dit zijn beide schreefloze lettertypes, wat kenmerkend is voor de stijl.

### Compositie Layout

Op de landing page staat het logo in de midden, waarna vervolgens de producten om en om links en rechts staan. Ik heb ervoor gezorgd dat er altijd een lijn is zodat je altijd weet wat de richting is van de pagina.

## Toelichting Gestalt wetten

### Wet 1: de Wet van de eenvoud

De wet van de eenvoud zie je terug in mijn vormgeving door het gebruik van simpele vormen, leesbare lettertypes en een minimale kleurenpalet. Ook zijn er weinig decoraties en wordt er veel gebruik gemaakt van witruimtes. Verder is er eenheid doordat de verschillende elementen bij elkaar passen en doordat de vormgeving aanwijst hoe men door de pagina heen moet kijken. De vormgeving past bij de visuele stijl door het gebruik van contrasterende kleuren en de vele witruimtes. Ook past het bij de voedselkeuze doordat het voedsel licht scheef op de pagina is geplaatst.

### Wet 2: de Wet van voorgrond en achtergrond

De wet van voorgrond en achtergrond zie je terug op mijn vormgeving vooral door de contrasterende kleuren. Bij de landingpage staat de titel over een aantal cirkels. Doordat de kleur van de titel erg verschilt met de vormen kan je goed zien wat belangrijk is en op de voorgrond staat en wat minder belangrijk is en op de achtergrond staat. Ook zijn de kopjes van elk product erg groot gemaakt zodat je goed ziet dat deze belangrijk zijn. Ten slotte valt ook de bestelknop goed op door de contrasterende kleur en de schaduw

### Wet 3: de Wet van nabijheid

De wet van nabijheid zie je terugkomen in de verschillende secties van mijn pagina. De titel van de pagina, de productgedeeltes en de contactformulier zijn goed van elkaar gescheiden door de afstand die ertussen zit. Ook is het duidelijk dat de titel van een product, de korte tekst en de bestelknop bij elkaar hoort omdat deze dicht bij elkaar staan.

### Wet 4: de Wet van gelijke achtergrond

Ook deze wet van gelijke achtergrond komt terug bij mijn vormgeving. Dit zie je onder andere bij mijn logo en bij het contactformulier. Ze hebben allebij een andere kleur als achtergrond waardoor het goed te zien is dat deze elementen bij elkaar horen.