

Documentatie project branding – Boris Schmidt



Naam: Puteri Basri

Studentnummer: 557567

Klas: M2-04

Inhoud

Inleiding	3
Moodboard.....	4
Stylescapes.....	6
Logo Ontwerpen	11
Interview doelgroep van Boris Schmidt.	14
Samenvatting van het interview	18
Persona.....	20
Presentatie 1 (Cliënt: Boris. Groep 4: Dominique en Puteri)	22
Brandguide.....	23
Poster	24
Reflectie groepsproject 1 (Boris Schmidt)	30
Bronnen	32

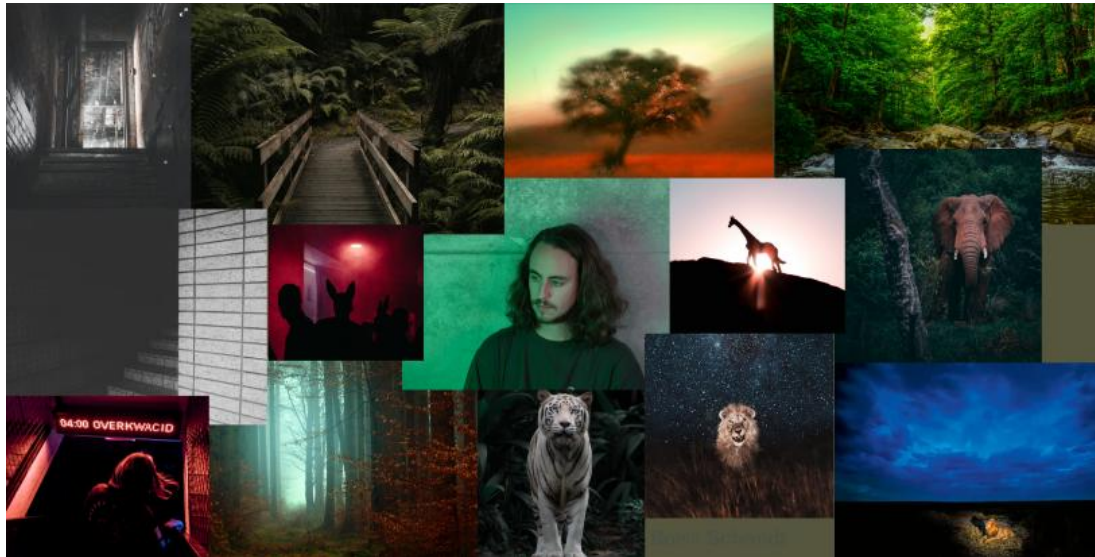
Inleiding

Voor dit project hebben we gewerkt aan de branding van Boris Schmidt, een techno DJ die studeert aan de Rockacademie. Ons doel was om een sterke visuele identiteit voor hem te creëren die past bij zijn muziekstijl en doelgroep.

We begonnen met onderzoek naar zijn publiek en muzikale uitstraling. Op basis daarvan maakten we moodboards en stylescapes om de sfeer en stijl te bepalen. Daarna ontwierpen we een logo en een brandguide om zijn identiteit consistent te houden. We voerden ook een interview met Boris om beter te begrijpen wat hij belangrijk vindt in zijn branding.

Dit verslag laat zien hoe we dit proces hebben aangepakt, welke keuzes we hebben gemaakt en hoe we uiteindelijk tot een visueel concept kwamen dat bij Boris past.

Moodboard



Helaas was ik er niet bij toen Boris zichzelf kwam introduceren aan onze groep. Maar dankzij de notities van mijn groepsgenoten kreeg ik toch een goed beeld van wie hij is en waar zijn muziek voor staat. De woorden die steeds terugkwamen waren *wildlife*, *abstract*, *onbekende plekken* en *natuur*. Dit wekte meteen een bepaalde sfeer bij me op: een reis door diepe, mysterieuze bossen, langs uitgestrekte landschappen en uiteindelijk naar het onbekende – alsof je verdwijnt in de oneindigheid van het universum.

Met deze indruk in gedachten heb ik een moodboard gemaakt dat de essentie van Boris' stijl en inspiratie vastlegt. Zijn muziek is een combinatie van het organische en het futuristische, het dromerige en het krachtige. Daarom heb ik gekozen voor beelden die niet alleen de schoonheid van de natuur tonen, maar ook een gevoel van mysterie en avontuur oproepen.

Sfeer & Inspiratie

Ik heb gekozen voor een combinatie van natuur, mystiek en kosmische elementen. Dit zie je terug in de afbeeldingen van donkere bossen, wilde dieren en sterrenhemels. De combinatie van deze beelden weerspiegelt het mysterieuze en dromerige gevoel van zijn muziek. Daarnaast zorgen de neon- en rode accenten voor een futuristische en elektronische sfeer, wat goed past bij zijn techno-sound.

Kleuren & Thema

- **Donkere tinten (zwart, donkergroen, diepblauw)** → Dit geeft een mysterieuze en diepe uitstraling, passend bij zijn muziekstijl.
- **Heldere accenten (rood, turquoise, neonlicht)** → Deze elementen geven een futuristische en elektronische sfeer, wat bij techno past.
- **Natuurlijke en organische elementen** → De bomen, dieren en mist zorgen voor een connectie met de inspiratie die hij haalt uit de natuur.

Waarom deze keuzes?

De muziek van Boris neemt je mee op een reis, en ik wilde dat gevoel ook overbrengen met dit moodboard. De mix van donkere, mysterieuze landschappen en kosmische beelden geven het gevoel van een diepe trip, terwijl de neonlichten en abstracte vormen laten zien dat het toch modern en elektronisch blijft. Dit sluit goed aan bij hoe Boris zijn sound omschrijft: een balans tussen het natuurlijke en het onbekende.

Stylescapes

Bij het creëren van zijn visuele identiteit heb ik ervoor gekozen om twee kanten van zijn muzikale expressie te belichten: **het mysterieuze** en **het avontuurlijke**.

Stylescape 1 – Mysterious

De eerste stylescape richt zich op de mysterieuze kant van Boris' muziek en persoonlijkheid. Hier heb ik gekozen voor een minimalistische en abstracte aanpak. Donkere, gedempte kleuren zoals grijs, zwart en diepgroen geven een gevoel van mysterie en diepgang. Strakke, futuristische lijnen en geometrische patronen symboliseren de abstracte en elektronische kant van zijn muziek. De subtiele glans en contrasten roepen een bijna buitenaards gevoel op, alsof je wordt meegenomen naar een onbekende wereld die niet direct te doorgronden is.

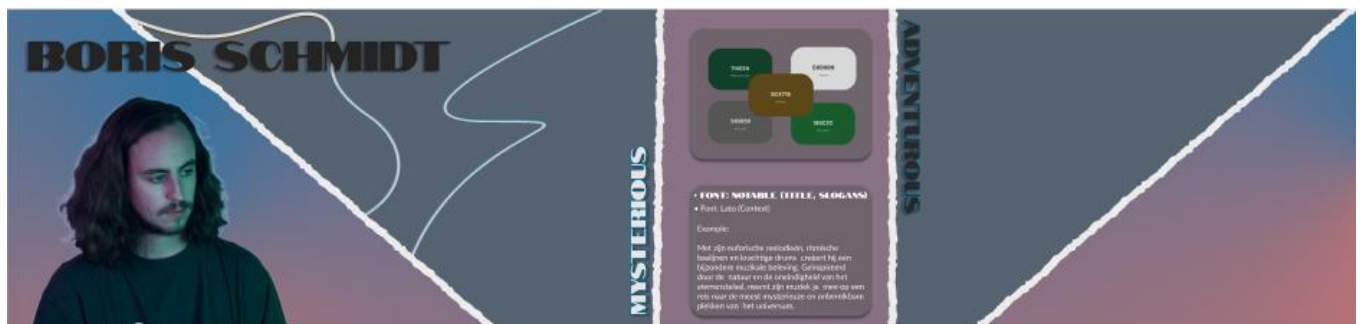
In de typografie heb ik een combinatie van moderne en futuristische fonts gebruikt om een gevoel van elegantie en verfijning te behouden. De visuals, zoals schaduwen en gelaagde structuren, versterken de mysterieuze sfeer en weerspiegelen de emotionele diepgang die in Boris' muziek te vinden is. Deze stylescape is bedoeld voor een branding die zijn artiestenimago een meer exclusieve en intrigerende uitstraling geeft.



Stylescape 1 – Mysterious (versie 2)

Voor de tweede versie van de stylescape heb ik meer kleur gebruikt, wat een levendige en opvallende uitstraling geeft. Hoewel deze versie niet helemaal bij Boris' identiteit paste, wilde ik experimenteren met de kleuren die ik uit de interviews had gehaald. Deze kleurrijke aanpak doet me denken aan het K-pop album "Love Yourself" van BTS, dat vergelijkbare felle kleuren en abstracte lijnen bevat.

Ik gebruikte heldere kleuren zoals roze, blauw en paars, wat een speels en dynamisch gevoel creëert. De abstracte lijnen en vormen benadrukken de complexiteit van Boris' muziek. Hoewel ik uiteindelijk niet verder ben gegaan met deze versie, omdat het slechts een experiment was, gaf het me inzicht in hoe kleur de perceptie van een artiest kan veranderen.



Stylescape 2 – Adventurous

De tweede stylescape legt de nadruk op de avontuurlijke kant van Boris' identiteit en muziekstijl. Hier draait alles om ontdekking, vrijheid en het verkennen van nieuwe gebieden, zowel fysiek als muzikaal. De kleuren zijn een stuk levendiger en natuurlijker, met verschillende tinten groen, aardetinten en accenten die een organisch en levendig gevoel oproepen. Boris vertelde ook dat hij het tof zou vinden als er dieren in verwerkt zouden worden.

Om het avontuurlijke aspect te benadrukken, heb ik gebruik gemaakt van ruige, natuurlijke texturen en beelden die de wildernis en ongerepte natuur uitbeelden. De olifant en jungle-achtige elementen symboliseren kracht en een diepere connectie met de natuur, iets wat Boris ook in zijn muziek verwerkt. In deze stylescape is de typografie speelser en minder strak, waardoor het een minder formele, maar energieke uitstraling krijgt.



Stylescape 2 – Adventurous (versie 2)

Bram gaf aan dat ik niet te veel elementen in één ontwerp moest proppen, omdat dit de overzichtelijkheid verminderde. Hij adviseerde om meer orde te creëren door kritisch te zijn in de vorming van de visuele identiteit en bepaalde elementen weg te laten. Daarnaast raadde hij af om Orbitron als leeslettertype te gebruiken, omdat dit de leesbaarheid niet ten goede kwam.

Hij moedigde mij ook aan om meer lef te tonen in de uitwerking van de stijlelementen. Ik moest bepaalde onderdelen, zoals titels, sterker naar voren laten komen en minder terughoudend zijn in de compositie. Daarnaast benadrukte hij het belang van een contrasterende kleur om extra dynamiek in de stylescape te brengen.

Met deze waardevolle feedback heb ik de tweede versie van de stylescape geoptimaliseerd, waardoor het ontwerp duidelijker, krachtiger en beter leesbaar werd.



Stylescape 2 – Adventurous (versie 3)

De derde versie van de stylescape is een aangepaste versie die ik van mijn groepsgenoten heb gekregen. We kozen uiteindelijk drie stylescapes uit alle ontwerpen die we hadden gemaakt om aan Boris te presenteren. Ons doel was om drie verschillende thema's neer te zetten, zodat er variatie was en Boris een duidelijke keuze kon maken. Mijn stylescape werd ook geselecteerd, maar we moesten nog wat aanpassingen doen om meer abstracte elementen toe te voegen. We hebben de stylescape in tweeën verdeeld, waarbij de linkerhelft de natuur uitstraalt en de rechterhelft een abstracte stijl uitstraalt.

Door deze verbeteringen werd de stylescape niet alleen visueel interessanter, maar sloot hij ook beter aan bij Boris' muzikale en artistieke identiteit. De definitieve versie voor Boris is de stylescape zonder de dieren.



Logo Ontwerpen

Ik heb ideeën bedacht voor logo's voor Boris. Eerst heb ik een paar lettertypes gekozen die goed passen bij zijn stijl en muziek. Daarna heb ik gekeken naar welke combinaties van lettertypes een mooi logo kunnen maken.

Boris Schmidt Boris Schmidt

Boris Schmidt

Boris Schmidt

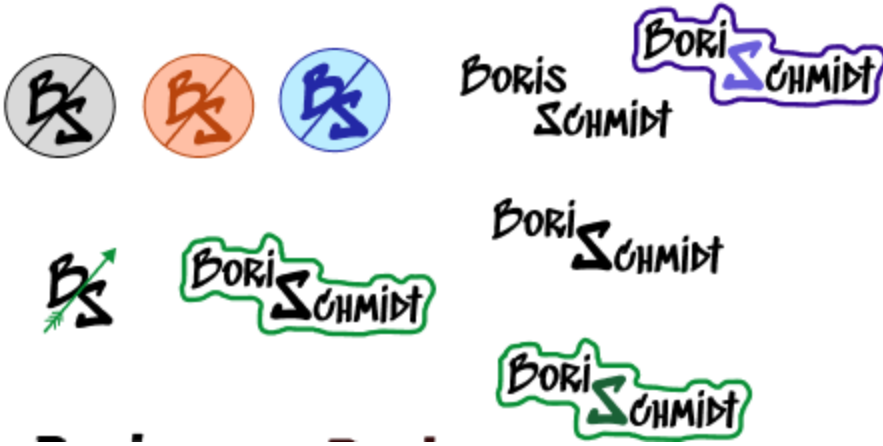
BORIS SCHMIDT

Ik heb verschillende combinaties van lettertypes uitgetest voor de initialen van Boris. Hierbij heb ik lettertypes gekozen die goed passen bij zijn stijl en muziek. De lettertypes die ik heb gekozen, hebben een moderne, futuristische en mysterieuze uitstraling, wat goed aansluit bij Boris' artiestenimago. Zo werd er lijnen gebruikt voor het abstract.

**B S BS ZB Boris
Schmidt**

**B S BS BS Boris
Schmidt**

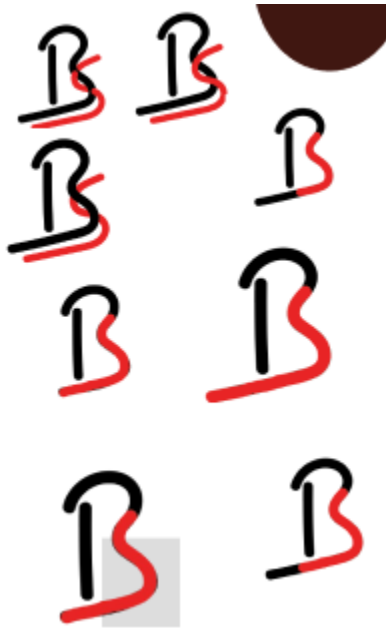
Daarnaast heb ik geëxperimenteerd met het gebruik van kleuren in het logo en hoe verschillende kleuren kunnen helpen om specifieke emoties en gevoelens op te roepen. Ook heb ik gespeeld met de woorden om ze bijvoorbeeld samen te smelten zodat er maar 1 'S' is in het midden. Of omdat zijn initialen BS is, een stopbord met geen BS (niet aan te raden).



Andere experimenten. Het doet me een beetje denken aan Five Nights at Freddy's. De tekeningen lijkt op een ballon met een hartje, maar het was een experiment om de letters bij elkaar te doen in 1 teken.

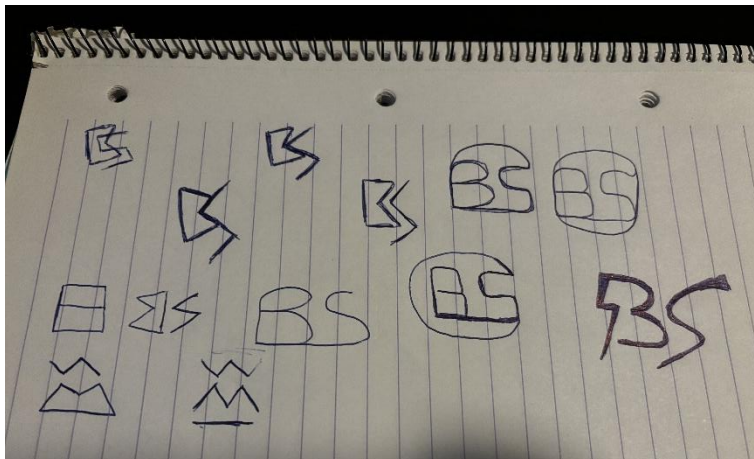


Een groepsgenoot, Evy, had de basis voor het logo gemaakt en ik ging het verder finetunen. We vonden het ontwerp wat ze had allemaal vet, maar het was nog niet goed genoeg, dus had ik het verder gefinetuned.



Als feedback voor de logo's heb ik gekregen dat ik meer mag itereren met iconen en niet alleen met lettergebruik. Dus dat ga ik zeker meenemen voor de toekomst.

Daarnaast heb ik al een aantal logo's getekend waarin ik heb geëxperimenteerd met het samenvoegen van letters om een uniek ontwerp te creëren.



Interview doelgroep van Boris Schmidt.

Muzieksmaak & Beleving

- Welke muziekstijlen luister je het meest?
 1. Techno, hard techno, hardstyle en phonk.
 2. Techno, reggae, rock, pop
 3. Hyperpop, breakcore, speedcore, jungle, techno, hard techno
- Wat trekt je het meeste aan in techno?
 1. Het voelt als één worden met de muziek; je voelt het door je hele lichaam stromen. Dat intense gevoel maakt het zo tof.
 2. Het gevoel dat de muziek geeft, vibes, de bass vind ik belangrijk.
 3. De geluiden van de muziek, energieke muziek.
- Welke emoties of energie voel je tijdens het luisteren naar techno?
 1. Veel energie en plezier. De techno-community voelt vriendelijk en open, dat merk ik vooral als ik naar festivals ga.
 2. Plezier en vreugde, het voelt dat het je wakker houdt.
 3. Veel energie, het geeft een hyper gevoel alsof je door je kamer heen kan dansen.

Favoriete Artiesten & Optredens

- Wie zijn je favoriete DJ's of producers en waarom?
 1. I Hate Models, Nicolas Julian en Restricted. Ze brengen goede vibes waar ik energie uit haal.
 2. Tekkno, Mr. Kitty, maakt goede remixes met goede vibes.
 3. luzkan, Brutalismus 3000, Vertigoaway, purity filter, ze maken harde muziek.

- Heb je een optreden of festivalervaring die je altijd is bijgebleven?
 1. Festivals zijn een manier om de energie en sfeer van techno echt te beleven.
 2. Nee.
 3. Nee, ik ga niet naar zulke evenementen.

- Hoe belangrijk is de vibe van een artiest voor jouw muziekervaring?
 1. Heel belangrijk. De goede vibes en uitstraling van een artiest maken de ervaring beter.
 2. Niet echt, de vibes van de muziek is belangrijker dan wat de artiest verder doet.
 3. Niet heel belangrijk, ik luister liever naar de vibes van de muziek.

Visuele Ervaring & Festivals

- Wat vind je van de visuele elementen bij techno-evenementen, zoals lichtshows en stage design?
 1. Tof, maar voor Brois heb ik een voorkeur voor een natuurlijke uitstraling, zoals de “vlinder stage”, in plaats van een industriële vibe.
 2. Heel cool, voorkeur aan lichtshows en lichteffecten.
 3. Het is cool, maar niet per se nodig. Als de muziek goed is, dan is dat meer dan genoeg voor mij.

- Geef je de voorkeur aan een industriële setting of een meer natuurlijke sfeer, zoals een open-air festival?
 1. Liever een setting die in lijn is met de natuur.
 2. Liever binnen, niet buiten in het open.
 3. Liever binnen, zonder de natuur vibes.

- Welke kleuren en visuele stijlen spreken jou aan binnen techno-events?
 1. Rood, blauw en zwart. Niet te fel, maar wel met contrast. Een beetje house vibes, maar niet te druk of pastelachtig.
 2. Licht effecten met de kleuren van magenta/cyan/paars/geel of rood.
 3. Oranje, paars, rood, meer kleuren en effects lijken cool. Vurig en rookachtig.

Branding & Ontdekking van Muziek

- Hoe ontdek jij nieuwe DJ's en muziek?
 1. Branding helpt. Een artiest die bekender wordt, bijvoorbeeld door een poster op straat, maakt me nieuwsgierig.
 2. Spotify, willekeurig playlists zoals discover weekly
 3. Spotify, soms zoek ik zelf naar nieuwe dingen in willekeurige playlists of mijn stemmingen
- Vind je branding, zoals posters en visuals, belangrijk bij het ontdekken van artiesten?
 1. Ja, het trekt mijn aandacht en zorgt ervoor dat ik meer over een artiest wil weten.
 2. Ja een beetje, als het te raar is of buiten mijn stijl zou ik er minder snel geïnteresseerd in zijn.
 3. Het visuele boeit me niet zoveel, ik ben meer gericht op de kwaliteit van de muziek.
- Heb je ooit een DJ of event bezocht puur door sterke visuele branding?
 1. Ja, branding speelt zeker een rol bij mijn interesse in artiesten.
 2. Ja, als het er cool uitziet voor mijn muziek stemming, dan zou ik willen horen of de muziek interessant is.
 3. Nee.

Mening over Boris Schmidt (BS)

- Heb je ooit muziek van Boris Schmidt gehoord? Wat vond je ervan?
 1. Nee, zijn stijl is anders dan de typische techno DJ, het voelt meer als house dan techno.
 2. Nee, het was okay, niet zoals ik gewend ben, maar het had wel prima bass.
 3. Nee, zijn stijl is anders dan andere techno DJ's en daardoor zou ik hier niet snel naar luisteren als het om techno gaat.

- Hoe zou je zijn stijl omschrijven in vergelijking met andere techno-artisten?
 1. Rustiger, meer in de buurt van house dan techno, wat een andere sfeer creëert dan ik gewend ben.
 2. Het is rustiger dan ik gewend ben.
 3. Het is rustiger dan de muziek waar ik naar luister.

- Wat voor visuele elementen/branding zou je graag van een artiest als Boris willen zien met zijn stijl van muziek?
 1. Misschien iets meer energie of een andere sfeer brengen die beter aansluit bij wat ik zoek in techno.
 2. Meer kalmere visuals en tinten die beter bij zijn vibe zou passen, in plaats van meer gericht op techno. Het voelt niet volledig als techno, dus dat zou misschien de luisteraars verwarren.
 3. De visuals die hij al heeft voor zijn covers zijn al prima, dus meer gelijk als dat.

Samenvatting van het interview

Muzieksmaak & Beleving

De meeste luisteraars houden van techno, maar de smaken verschillen: sommige geven de voorkeur aan hard techno en hardstyle, terwijl anderen hyperpop en breakcore erbij luisteren. Techno wordt gewaardeerd om de energie en de manier waarop de muziek door het lichaam stroomt. Het zorgt voor veel plezier, energie en een gevoel van verbondenheid met anderen.

Favoriete Artiesten & Optredens

Populaire DJ's zijn onder andere I Hate Models, Brutalismus 3000 en Tekkno. Niet iedereen gaat naar festivals, maar degenen die dat doen, vinden de sfeer en energie daar speciaal. Voor sommigen is de vibe van de artiest belangrijk, terwijl anderen alleen letten op de muziek zelf.

Visuele Ervaring & Festivals

Visuele elementen zoals lichtshows en stage designs worden verschillend beoordeeld. Sommigen vinden het tof, anderen vinden het niet noodzakelijk. Er zijn verschillende voorkeuren voor de setting: sommigen willen liever een natuurlijke omgeving, anderen geven de voorkeur aan binnenlocaties. De favoriete kleuren voor techno-events zijn vaak rood, blauw, zwart of felle kleuren zoals paars en magenta.

Branding & Ontdekking van Muziek

Nieuwe muziek wordt vooral ontdekt via Spotify en playlists. Branding, zoals posters en visuals, kan helpen om interesse te wekken, maar niet voor iedereen is dit belangrijk. Sommige mensen bezoeken artiesten of evenementen vanwege sterke visuele branding, terwijl anderen zich alleen richten op de muziek.

Mening over Boris Schmidt

De meeste respondenten hebben zijn muziek niet eerder gehoord. Ze vinden zijn stijl rustiger en meer richting house dan techno. Dit maakt hem anders dan andere techno-DJ's. Voor zijn

branding wordt aangeraden om visuals te gebruiken die beter passen bij zijn rustige stijl, zodat luisteraars niet verwachten dat hij dezelfde harde techno draait als andere artiesten.

Persona

Persona: Sini – Een Creatieve Muziek liefhebber

Sini is een 20-jarige vrouw die overdag als Crew Trainer bij McDonald's werkt. In haar vrije tijd houdt ze zich bezig met muziek, kunst en digitale visuals. Muziek speelt een belangrijke rol in haar leven, waarbij ze vooral op zoek is naar unieke en meeslepende nummers. Ze houdt van tracks die een hypnotiserende sfeer creëren en haar meenemen in een andere beleving.

Muziek en Beleving

In tegenstelling tot veel leeftijdsgenoten geeft Sini de voorkeur aan kleine, intieme luistersessies met vrienden in plaats van grote festivals. Ze geniet van nachtritten door de stad. Ritmische games spreken haar ook aan, omdat ze muziek en visuele elementen op een bijzondere manier combineren.

Stijl en Inspiratie

Sini's kledingstijl is sterk beïnvloed door streetwear. Ze draagt vaak oversized hoodies en voelt zich aangetrokken tot de underground modecultuur. Naast muziek speelt visuele kunst een grote rol in haar leven. Ze houdt van abstracte en futuristische ontwerpen.

Waarom Past Sini Bij Boris?

Boris richt zich op mensen die creatief zijn en een diepere connectie zoeken met muziek en kunst. Sini is iemand die niet zomaar de populaire trends volgt, maar actief op zoek gaat naar vernieuwende en unieke ervaringen. Voor haar is muziek niet alleen om naar te luisteren, maar een manier om emoties en sfeer te ervaren. Dit sluit perfect aan bij de doelgroep van Boris.

Sini (20, Vrouw)

Status **Single**

Beroep **Crew Trainer**

Locatie **Utrecht**

Wensen en doelen

Sini zoekt nieuwe muziek die haar uitdaagt en verrast. Ze houdt van unieke, hypnotiserende sounds en visuals die haar meenemen naar een andere wereld.



Persoonlijkheid



Biografie

Sini werkt overdag bij McDonald's, maar in haar vrije tijd draait alles om muziek en creativiteit. Ze vermijdt massale festivals en geniet liever van intieme luistersessies met vrienden, nachtritten door de stad en ritme spellen. Voor haar draait muziek om sfeer, emotie en visuele beleving.

Interesses

Sini houdt van techno muziek. Haar stijl is geïnspireerd door streetwear met oversized hoodies. Ze geniet van nachtleven met vrienden, kunst en digitale visuals trekken haar aan, vooral abstracte en futuristische ontwerpen.

Presentatie 1 (Cliënt: Boris. Groep 4: Dominique en Puteri)

We hadden ook een tussentijdse presentatie voor Boris, waarin we voornamelijk onze ideeën en onderzoek samenvatten. We lieten hem onze moodboards, stylescapes en logo's zien. Boris gaf duidelijk aan wat hij sterk bij hem vond passen en gaf ons een duidelijke richting voor het maken van de brandguide die goed bij hem zou passen.

Van de zeven leden waren ik en Dominique de enigen die bij de presentatie aanwezig waren. De rest was verhinderd, ziek of had een afspraak. Tom zou later komen, maar hij arriveerde pas toen we bijna aan het afsluiten waren.

Persoonlijk vond ik het niet zo erg dat er minder mensen waren, omdat we zo kort maar krachtig het verhaal konden vertellen. Het feit dat we de presentatie mochten opnemen zodat de rest er later naar kon kijken, was een pluspunt. Het nadeel was wel dat we achteraf pas met meerdere vragen kwamen. Dit was echter geen probleem, want we besloten om de volgende schooldag alle vragen te verzamelen en zo verder te gaan met de brandguide en eventuele extra wensen van Boris.

Link naar opname presentatie: https://youtu.be/eSne1_XitAo

Checkpoint 2 Feedback van Frank 21-02-2025



Roosen, Frank F.M.J. (Teacher) a month ago

Gaaf dat je samen met Dominique de presentatie aan Boris hebt opgepakt namens jullie groep!



Basri, Puteri A.P.D. a month ago

Het gesprek met Boris verliep soepel en duidelijk. We hebben ons proces met hem besproken en onze creations voorgesteld. Hij was zeer positief met de resultaten en hij had ook een keuze kunnen maken voor styling en branding. We hadden 3 stylescapes aangetoond met ieder zijn unieke uitstraling. Uiteindelijk koos hij toch voor een algemene warme tinten met abstractheid, 'ruimtelijk thema'. Hij gaf ook feedback over de font en logo, dus dat gaan we combineren met de stylescape.

Voor de branding vertelde hij ons dat zijn focus ligt op social media, met name instagram en tiktok. Instagram voor zijn album covers en muziek, en tiktok was meer voor zijn eigen leven te delen, iets persoonlijker. Als 2e zou hij ook flyers en posters willen.

We hebben nu een duidelijk beeld en richting waar we ons voor de volgende keer op kunnen focussen.

Brandguide

Voor de brand guide had ik snel mijn idee uitgewerkt als optie, maar omdat drie andere groepsgenoten daar vooral mee bezig waren, ben ik niet verder gegaan met mijn versie. In plaats daarvan nam ik de taak op me om aan de posters te werken, waar Boris om vroeg. Oorspronkelijk was het de bedoeling dat Tom hiermee aan de slag ging, maar die dag verdween hij zonder enige communicatie, dus heb ik het van hem overgenomen.



Poster

Voor mijn posterdesigns ben ik begonnen met het nadenken over kleurgebruik en abstracte vormen. Ik wilde dat de kleuren goed opvielen en een bepaalde sfeer gaven, maar zonder dat het te druk werd. Ik heb me laten inspireren door DJ-posters, omdat die vaak een sterke visuele impact hebben. Ik wilde dat mijn poster ook dat energieke gevoel had, zodat het meteen duidelijk is dat het om iets tofs en interessants gaat.

Allereerst gebruikte ik de stijlen uit de brandguide en de foto uit de gekozen stylescape. De compositie is voornamelijk centraal en verdeeld in drie delen. Uiteindelijk kozen we ervoor om niet de foto van Boris te gebruiken, maar juist zijn logo.



Vervolgens kreeg ik wat feedback van mijn groepje en heb ik die verder toegepast in mijn designs.

locatie tijd en datum
heel groot, minder
tekst, straight to the
point, qr code

foto van zijn insta

Ik ging verder met een modernere en professionelere uitstraling, omdat ik niet goed wist hoe ik het een "wow-effect" kon geven zoals andere DJ-posters. Als feedback kreeg ik dat de poster niet direct het gevoel van een techno-event overbracht. Daarom ben ik gaan nadenken over hoe ik dat beter kon verwerken in het design.



Ik dacht eraan om de foto te veranderen naar een beeld van Boris bij zijn DJ-set, zoals veel DJ-posters dat hebben, terwijl ik de abstracte vormen bleef gebruiken. Het idee kwam beter over, maar de uitstraling was nog steeds te modern en te netjes. Daarnaast zorgde ik ervoor dat de tekst met belangrijke informatie goed opviel door de juiste groottes te gebruiken.



Ik heb waardevolle feedback gekregen van onze design docent, die me een betere richting gaf om het design minder netjes te maken en beter af te stemmen op de doelgroep van Boris. Mijn designs moeten gedurfter zijn en meer contrast bevatten om beter aan te sluiten bij de stijl van techno-posters.

Checkpoint 3 feedback week 4 11-03-2025 🗄️



Basri, Puteri A.P.D. 13 days ago

Bij het ontwerpen van het portfolio is het belangrijk om de kernwaarden sterker te laten terugkomen. Meer te variëren en te experimenteren met de logo's, voor in de toekomst ook. De poster voor het event kan ook sterker. Het moet meteen duidelijk zijn waar het over gaat, dus ik moet meer beeld gebruiken om dat visueel te maken. Daarnaast mag het ontwerp een rauwere en gedurftere uitstraling krijgen. Nu is het te netjes door de subtiele overloop, maar dat maakt het juist te egaal. Door die overloop te verminderen en meer contrast toe te voegen, krijgt het een ranzigere en expressievere look, wat beter past bij de sfeer van het event.

Ook moet ik beter nadenken over de kleuren. Wit en donker werken sterker dan een zachte overloop. Tot slot moet ik zorgen voor meer hiërarchie, zodat de belangrijkste onderdelen er echt uitspringen en de boodschap direct duidelijk is.

Uiteindelijk heb ik ervoor gezorgd dat alles samenkomt: de kleuren, vormen, foto en tekst vullen elkaar aan, waardoor het geheel strak en samenhangend oogt. Mijn doel was om een poster te maken die opvalt, makkelijk te begrijpen is en er professioneel uitziet.

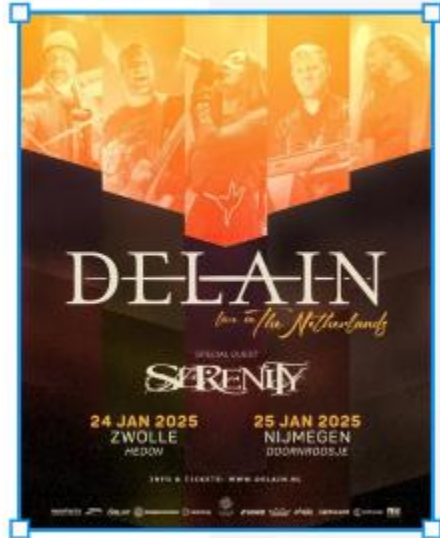
De tip om Boris' naam veel groter te maken en zelfs buiten de poster te laten vallen, was een gouden zet. Hierdoor kreeg mijn design het "wow-effect" dat ik zocht. Daarnaast heb ik de typografie gebruikt die ook in zijn logo voorkomt, zodat de letters herkenbaar blijven als onderdeel van zijn merk.

Om de poster minder kaal te laten ogen en bepaalde teksten extra te benadrukken, heb ik brush-effecten toegevoegd. Dit sluit goed aan bij zijn logo en naam, die ook een soort brush-stijl hebben.



Ik was tevreden met hoe het design er uiteindelijk uitzag. Het sloot goed aan bij de brandguide en had een duidelijke hiërarchie, waardoor de poster makkelijk te begrijpen was.

Vervolgens vroeg een groepsgeenoot of ik een design kon maken geïnspireerd door een andere poster. Met de abstracte stijl van Boris heb ik een schaduw effect toegevoegd, waardoor het lijkt alsof er druppende verf over de poster heen loopt. Dit gaf de poster een uniek en opvallend gevoel, maar maakte het ontwerp wel iets complexer dan de vorige versie.



Ik vond de inner shadow er best vet uitzien. Hierdoor leek het meer alsof de poster zelf eruit sprong in plaats van een druppende verflaag. Dit gaf een cool effect en maakte het design nog interessanter.



Ten slotte kreeg ik van mijn groepje de laatste feedback om meer te variëren in kleur. In de brandguide hebben we ook een groene kleur, dus ik ben gaan experimenteren met verschillende combinaties van kleurgebruik en tekstpositie. Door de poster een beetje te "husselen", kreeg ik nieuwe ideeën voor hoe de kleuren samen konden werken.

In de brandguide wordt het groen meestal gebruikt met een witte achtergrond, en ik denk dat dit de beste optie is voor de poster. Daarom heb ik de groene tint toegepast in abstracte vormen en een lichtere groentint gebruikt als schaduw, wat extra diepte gaf aan het design. De lay-out heb ik simpel gehouden om de poster overzichtelijk te maken.



Als laatste wilde ik de announcements een cool effect geven, zoals je vaak ziet bij techno-evenementen. Dit gaf de poster net dat beetje extra energie en liet het beter aansluiten bij de sfeer van de doelgroep.

ANNOUNCEMENT

ANNOUNCEMENT

ANNOUNCEMENT



ANNOUNCEMENT
ANNOUNCEMENT
ANNOUNCEMENT
ANNOUNCEMENT
ANNOUNCEMENT

Zo heb ik de laatste paar iteraties van het design voor de poster afgerond. Er zijn verschillende eindversies waaruit Boris kan kiezen, afhankelijk van welke het beste bij hem en zijn stijl past.



Reflectie groepsproject 1 (Boris Schmidt)

Ik heb 30 iteraties van de poster gemaakt, omdat mijn aandacht en tijd vooral daar naartoe gingen. Uiteindelijk hadden we een goede taakverdeling: twee groepsgenoten werkten aan de contentstrategie, drie aan de brand guide, en ik nam de resterende designs op me om af te ronden.

De samenwerking met sommige groepsgenoten verliep beter dan met anderen. Vooral met één teamlid, Tom, was het lastig, omdat hij 90% van de tijd niet opdook. Hij was ook nooit aanwezig tijdens de belangrijke meetings, en het enige wat hij deed, was een stylescape maken en t-shirt designs ontwerpen met foto's die we niet konden gebruiken en die nogal willekeurig leken. Uiteindelijk kregen ik en mijn groepsgenoten het idee dat hij totaal niet begreep wie onze cliënt was en wat we moesten doen, tot het einde van het project.

Voor de rest verliep de samenwerking met de andere groepsleden sterk en de communicatie was ook heel goed. We hielden altijd contact met elkaar als we later waren of niet aanwezig konden zijn. We stelden regels op waar iedereen zich aan hield, en we hielpen elkaar waar nodig met brainstormen of het geven van feedback.

Ik wil zelf extra complimenten geven aan Vince en Jennifer voor de hele uitgebreide contentstrategie. Daar kon ik zelf veel van leren voor toekomstige projecten, vooral omdat ze het in zo'n korte tijd zo uitgebreid hebben neergezet. Het was indrukwekkend hoe ze dat hebben aangepakt.

Discord server, groep 4:

The screenshot shows a Discord server interface for 'Team Ibuprofen'. The left sidebar contains a list of channels: 'Events', 'TEXT CHANNELS' (including #general, #documenten, #afspraken, #shitpost, #research, #agenda, #group-feedback, #huiswerk, #hulp-sources), and 'VOICE CHANNELS' (including General). The main content area is for the '#afspraken' channel. It displays a list of bullet points regarding task management in a Scrum format, including 'To Do', 'Doing', 'Reviewing', and 'Done' stages. Below the list, there is a section titled 'Extras' with additional instructions. A message from a user named 'Blaze' is visible, dated 2/10/2025 2:28 PM. The message title is 'Afspraken - Team Ibuprofen' and it contains a list of rules for communication and task delegation.

Team Ibuprofen

afspraken

- Plaats de user stories waar je denkt mee bezig te gaan zijn, omdat dit samenhangt met je huidige taak, in **To Do**. dit is overzichtelijk voor de duur van je huidige functie/taak/concept/sprint.
- Plaats de taak of enkele taken waar je **NU** mee bezig bent in **Doing**. Dit laat zien dat je bezig bent en waarmee. Dit is voor docent en teamleden. Zorg dat je niet te veel taken op het zelfde moment maakt, hierdoor verlies je je planning en overzicht.
- Als je denkt klaar te zijn met een taak, zet deze in **Reviewing** in deze fase vraag je voor feedback en test je de functie/ontwerp. Deze feedback vraag je aan docent of medestudenten. Dit hangt een beetje af van de taak.
- Pas wanneer je alles af hebt van die user story, zet je deze op **Done**.

Extras:
Zorg dat je zelf als je taken in scrum formaat verwerkt en noteert.
Label de taken, als je denkt dat dit een onderdeel is waarvoor je iemand anders nodig hebt bv. appdesign realiseren -> **Software en Media**
"Claim" taken zodat docenten en wij kunnen zien waar je mee bezig bent en waar je denkt binnenkort mee bezig te zijn. Zo kunnen we zien waar nog taken openliggen en kan de docent sneller en gemakkelijker zien waar iedereen mee bezig is.

Blaze 2/10/2025 2:28 PM

Afspraken - Team Ibuprofen

- Communicatie voorkomt frustratie.
- Later dan 15 minuten, laat het weten.
- Zet in **# agenda** als je afwezig gaat zijn.
- Houd je taken en documentatie bij.
- Laat weten als je ergens tegen aan loop of hulp nodig hebt, **1 team 1 taak**.

- 2 weken niks laten weten, lig je uit het team!

Bronnen

Figma link: <https://www.figma.com/design/k2iGEoQb9xflsQkrIZQYFV/Boris-Schmidt?node-id=0-1&t=4yst0VG27SNC4oCq-1>

Link naar opname presentatie: https://youtu.be/eSne1_XitAo