

De Trouwe Hond

Hondenschool

Bachelorproef: rebranding van een vzw

BRAND BOOK

Emma Van der Haeghen
Grafische en Digitale Media
Crossmedia Ontwerp - Graphic Design

Emma Van der Haeghen
Grafische en digitale media
Crossmedia ontwerp
Graphic Design

Arteveldehogeschool
Campus Mariakerke
2020-2021

Bachelorproef: rebranding van een vzw

Hondenschool De Trouwe Hond

BRAND BOOK



Voorwoord	7
-----------	---

OVER DE VZW	9
Geschiedenis	10
Wie of wat is vzw De Trouwe Hond?	11
Interview met Lisa	12
Klassen	14
Communicatiekanalen	16
Activiteiten	17
THEORETISCH ONDERZOEK	19
Brand identity	20
Enquête 1	22
Enquête 2	24
Brand sprint	26
Persona's	28
Besluit	31
GRAFISCH ONDERZOEK	33
Introductie	34
Huidige branding	36
Branding concurrentie	38
Stylescapes	40
Kernwaarden	44
Kleurstudies	45
CORE VISUALS	47
Kleur	48
Typografie	52
Lay-out	54
Tone of voice	55
Grafische vormen	56
UITGEWERKTE CREATIES	59
Voorstudies	60
Logo	62
Branding	64
Campagne	76
Enquête rebranding	78

Voorwoord



OVER DE VZW

Geschiedenis

Vzw De Trouwe Hond is ontstaan op zaterdag 19 december in 1988.

Het originele bestuur was een gemotiveerde vriendengroep die bestond uit José Lievens als voorzitter, Nelly De Groot als ondervoorzitter, Hortanse Vercammen als secretaresse en Eddy Haelterman als commissaris.

"KEER OP KEER STELLEN WE VAST DAT HEEL WAT MENSEN PROBLEEMEN HEBBEN MET HET 'KWEKEN' VAN HUN HOND." (N.C. 1988B)

De vzw heeft het trainingsterrein te danken aan oud-burgemeester De Loor. Het wordt tot op vandaag nog steeds gebruikt voor de wekelijkse trainingen en evenementen. Dit jaar viert de vzw zijn 33ste verjaardag en er is in die tijd wel al veel veranderd. Oorspronkelijk was de club enkel gericht op socialisatie en gehoorzaamheidslessen. Doorheen de jaren groeide de club en evolueerde tot een wedstrijdclub. Tegenwoordig focussen ze zich opnieuw op het socialiseren van de honden en op de gehoorzaamheidslessen.

"GUN JEZELF EN JE HOND EEN WEDERZIJDSE TROUWE RELATIE." (N.C. 1988B)



Wie of wat is vzw De Trouwe Hond?

De club is gelegen aan de Oude Heirbaan in Leeuwergem, een deelgemeente van Zottegem. Momenteel ziet het bestuur van de club er als volgt uit: de voorzitter is Hans Hemeryckx, de ondervoorzitter heet Tommy Broodcooren, de secretaris is Etienne Cooman en Marc Denys is PR manager. Momenteel zijn er 13 officiële instructeurs ingeschreven.

De hondenschool organiseert trainingen voor de ingeschreven leden. De lessen gaan door op woensdag en vrijdag. De instructeurs begeleiden de leden en hun viervoeter, waarbij ze de focus leggen op het socialiseren van de hond en op gehoorzaamheidstraining. Ze gaan in de lessen inspelen op een huishond die goed luistert en doet wat van hem gevraagd wordt.

Om er achter te komen hoe de vzw in elkaar zit en hoe de sfeer er is ben ik natuurlijk langs geweest in de hondenschool. Toen ik mijn vzw ging bezoezen, had ik een interview geregeld met instructeur Lisa Borloo. Zij geeft reeds enkele jaren les, na zelf lid geweest te zijn van de club met haar eigen hond. Lisa en haar familie zijn al jaren vertrouwd met de club. Bij dit interview heb ik veel geleerd over de dynamiek tussen de trainers en het bestuur binnen de club.

Interview met Lisa

Hoe ziet de bedrijfscultuur eruit? Hoe communiceren jullie met elkaar?

De communicatie naar niet-leden toe

Nieuwe mensen die nog niet zijn ingeschreven en gewoon even langskomen om te kijken naar hoe de lessen verlopen, gaan in het secretariaat een zeer volledige uitleg krijgen van de voorzitter over het reilen en zeilen van de hondenschool. Deze mensen kunnen zich inschrijven en mogen vanaf dan de lessen volgen.

De communicatie tussen leden en instructeurs

Mensen schrijven zich in voor een jaar en vanaf dan mogen ze naar de lessen komen wanneer het hun zelf past. De ingeschreven leden komen naar de les en krijgen tips over hoe ze met hun hond moeten omgaan. Er is na de les altijd de mogelijkheid voor onze leden om vragen te stellen over specifieke problemen. Bij vragen of problemen kan iedereen met de instructeurs praten, mailen of langsgaan bij het secretariaat.

De communicatie binnen het bestuur

De communicatie tussen de trainers en het bestuur gebeurt voornamelijk via mail, de whatsapp groep of gewoon rechtstreeks contact in de kantine.

Wat is de missie van de vzw? Wat willen jullie bereiken?

We willen de leden graag aanleren hoe ze een gezellige huis, tuin en keukenhond kunnen opvoeden, zodat ze met een welopgevoede hond ergens naartoe kunnen gaan. We willen dat er een goede verstandhouding ontstaat tussen het baasje en zijn hond.

Wat zijn de ambities van de vzw?

We zouden graag nog wat meer willen groeien en meer leden – en bijgevolg trainers – willen aantrekken. In principe is onze club nog steeds een vriendengroep, wat betekent dat de mensen geen ‘nummer’ zijn. We streven naar een toekomst waar dit ook blijft en waarin mens en hond centraal staan.

Wat willen we dat mensen zeggen over de vzw?

We willen toegankelijkheid uitstralen naar de buitenwereld toe. We willen een groot publiek aanspreken: van mensen die niet geïnteresseerd zijn tot mensen die nog geen uitgesproken mening hebben. Onze grootste prioriteit is dat mensen zeggen dat we ‘betrouwbaar’ en ‘gezellig’ zijn met een goede balans tussen spelen en leren. Uiteraard hopen we naar onze leden toe dat deze zeggen dat ze graag komen trainen en dat de lessen een grote meerwaarde bieden. We vinden het belangrijk dat de band tussen het baasje en de hond versterkt en verbetert.

Welk probleem willen we oplossen met een nieuwe branding?

We willen graag duidelijk maken dat we geen wedstrijdclub zijn. Je kan nog altijd aan wedstrijden meedoen als lid van De Trouwe Hond uiteraard, maar in de club zelf worden geen interne competities meer gehouden om een vriendschappelijke sfeer te behouden. We focussen ons op gehoorzaamheidslessen en socialisatie. Ik weet niet of onze communicatie op punt staat met al onze leden in deze pandemie. Ik vraag me soms af of wij al onze leden goed kunnen bereiken via onze Facebookgroep. Ons grootste probleem momenteel is het feit dat mensen niet goed weten hoe ze hun hond moeten opvoeden. Daarbij hebben ze ook vaak hun eigen mening die niet strookt met de ervaringen en expertise van onze instructeurs.

Waar blinkt De Trouwe Hond in uit? Waar zijn jullie heel goed in?

We zijn een gemotiveerde ploeg trainers die hard werken en zeer enthousiast zijn. We staan ook dicht bij onze leden, want we zijn een zeer sociale club die dicht contact houdt met iedereen. Dit is ook de voornaamste reden waarom we geen wedstrijdclub meer zijn, want bij competitie hoort concurrentie en verdeeldheid. We zijn een grote familiale groep die graag samen werkt om een goede band te vormen met onze geliefde viervoeter.



Klassen

Het is belangrijk om verder te kijken naar hoe de hondenschool in elkaar zit en hoe deze intern werkt. Om die reden kijken we ook naar het lesaanbod dat de club te bieden heeft. Er zijn in totaal zes klassen en deze zijn leeftijdsgebonden. Als u zich bijvoorbeeld inschrijft met een hond die ouder is dan zes maanden zal deze onmiddellijk beginnen in de jeugdklas i.p.v. de puppyklas. In elke klas wordt de focus op iets anders gelegd en er zijn bij sommige klassen overgangsexamens.

Puppyklas

Enkel voor honden die jonger zijn dan zes maanden oud.

Doel: socialiseren van de hond met andere honden en mensen. Wanneer uw hond tijdens de eerste levensmaanden contact heeft gehad met andere honden en mensen, heeft u meer kans dat uw hond onbevangen met anderen contact blijft zoeken tijdens het volwassen zijn. Hij leert hier alle toestellen waarover onze hondenschool beschikt op een speelse wijze kennen.

OVERGANG: UW HOND GAAT AUTOMATISCH DE EERSTE VAN DE MAAND DIE VOLGT OP DE LEEFTIJD VAN 5 MAANDEN NAAR DE JEUGDKLAS.

Jeugdklas

Enkel voor honden die jonger zijn dan 9 maanden.

Doel: de eerste stappen in het gehoorzaamheidssprogramma wordt op een speelse wijze op uw hond overgebracht. U dient hier op te letten dat wat gevraagd wordt aan uw hond ook steeds uitgevoerd wordt.

OVERGANG: UW HOND GAAT AUTOMATISCH DE EERSTE VAN DE MAAND DIE VOLGT OP DE LEEFTIJD VAN 8 MAANDEN NAAR DE A-KLAS

A-klas

Alle geleiders beginnen met een hond ouder dan 9 maanden.

Doel: vooral aandacht besteden aan:

- het volgen met de leiband dicht tegen de geleider aan met losse lijn
- het weigeren van voedsel
- het apporteren
- de zit- en lighouding
- verdere socialisatie van uw hond

OVERGANG: OM VAN DE A-KLAS NAAR DE B-KLAS OVER TE GAAN MOET JE EERST SLAGEN VOOR HET OVERGANGSEXAMEN.

B-klas

Alle honden die slagen in het overgangsexamen van klas A naar B.

Doel: Hier worden de oefeningen van de A-klas verder uitgediept en worden een serie nieuwe oefeningen bijgevoegd zoals:

- volgen zonder lijn of los volgen
- houdingen zit, lig en staan zonder lijn
- komen op bevel
- down in 2 minuten.

C-klas

In deze klas worden de geleiders en hun hond voorbereid tot het behalen van het brevet gehoorzaamheid. Het brevet wordt afgenomen door keurmeesters erkend door de KKUSH (Koninklijke Kynologische Unie Sint-Hubertus).

Doel: In de C-klas worden alle oefeningen geperfectioneerd. In deze klas wordt heel veel zonder lijn gewerkt. Er komen evenwel ook een paar nieuwe oefeningen bij: het oproepen van de hond met bevel van onderbreking.

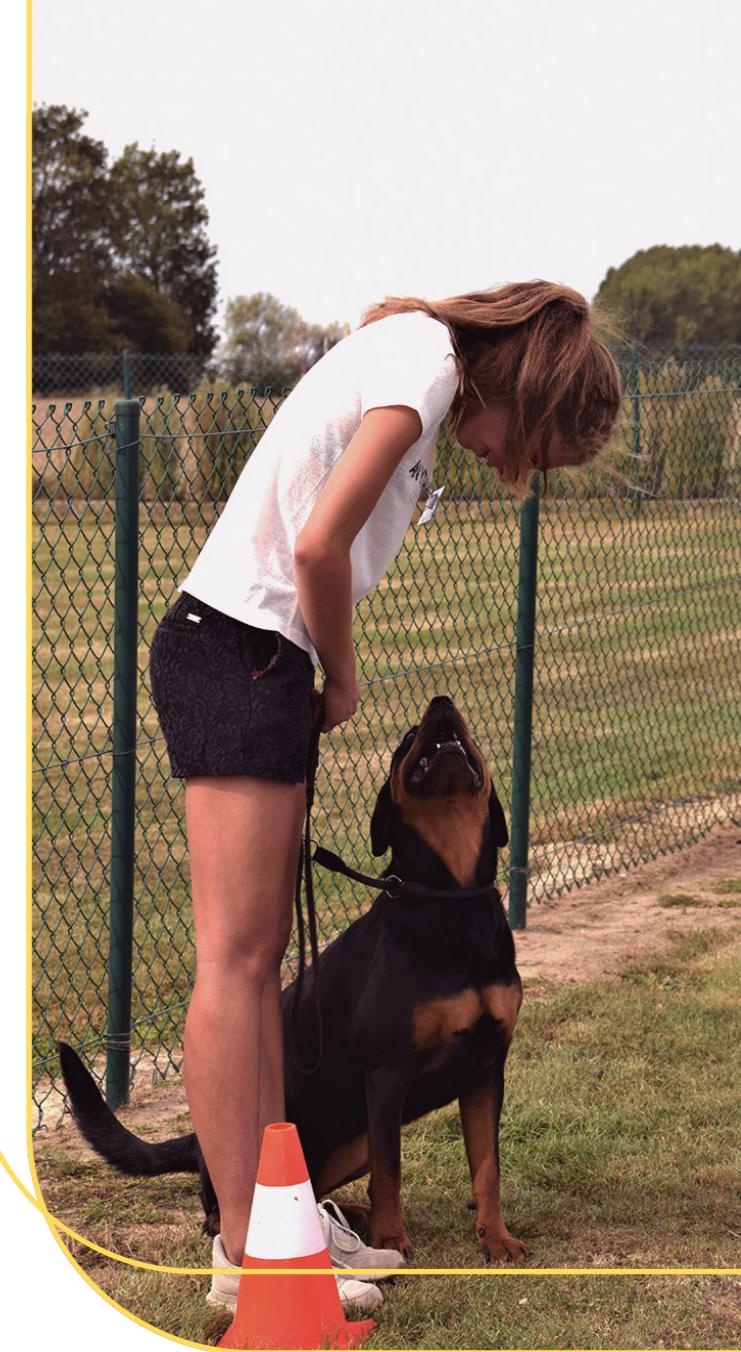
EEN GOUDEN RAAD IS, ER NIET AAN TE BEGINNEN ZONDER BEGELEIDING VAN EEN INSTRUCTEUR.

D-klas

In de D-klas trainen enkel honden die het officieel gehoorzaamheidsbrevet van de KKUSH behaald hebben.

Deze klas bestaat uit 3 wedstrijdklassen:

1. De debutanten klas is de beginnende wedstrijdklas
2. Programma 1 klas is de meer gevorderde wedstrijdklas
3. Programma 2 klas is de topklas in het gehoorzaamheidsprogramma



Communicatiekanalen

In elke organisatie en vzw is communicatie van cruciaal belang. We willen onze doelgroep zo optimaal mogelijk bereiken en informeren.

Uit onderzoek (zie enquête 1) blijkt dat de communicatie momenteel goed op punt staat en dat iedereen goed bereikt wordt. Hieronder vindt u een opsomming van alle gebruikte communicatiekanalen:

OFFLINE COMMUNICATIE:

BROCHURES OP HET SECRETARIAAT

Informatiebrochures over onder andere het reglement van de club en de verschillende klassen.

MONDELING IN DE CLUB

Er wordt in de club (voor, tijdens en na de lessen) gecommuniceerd.

AFFICHES

Dit wordt voornamelijk gebruikt om evenementen aan te kondigen in de club. Het jaarlijkse eetfestijn wordt bijvoorbeeld op deze manier gecommuniceerd.

ONLINE COMMUNICATIE:

E-MAILINGS

Dit wordt gebruikt bij de communicatie tussen het bestuur en de instructeurs.

WEBSITE

Via deze weg kan iedereen informatie bekomen over de hondenschool; zowel leden als niet-leden.

FACEBOOK

Dit wordt gebruikt als een nieuwsbrief waar belangrijke updates worden verspreid over onder andere de lessen.

WHATSAPP

Dit wordt gebruikt bij de communicatie tussen het bestuur en de instructeurs.

De club organiseert niet enkel lessen. Er zijn jaarlijkse activiteiten die doorgaan voor de ingeschreven leden, instructeurs en de 'werkende leden' van de club. Deze werkende leden zijn vaste leden die al zeer lang actief zijn in de club en die ook stemrecht hebben in de vergaderingen.

EETFESTIJN

GROEPSWANDELINGEN

ZOEKTOCHT

CLUBKAMPIOENSCHAP

TEAMBUILDING VOOR DE WERKENDE LEDEN

SINTERKLAAS



Activiteiten

THEORETISCH ONDERZOEK

Brand identity

Wat is een merk?

Een 'merk' omvat veel meer dan enkel een woord. Het woord (brand)merk komt van het Oud Noorse woord brandr, wat 'branden' betekent. Het brandmerken van vee, is een manier om het vee op een eenvoudige manier te identificeren en te onderscheiden.¹

Een merk is dus een herkenningsteken, jouw merk is wat het publiek denkt, voelt en ervaart bij jouw bedrijf. Het is een concept en niet zichtbaar of tastbaar.

IN DE PRAKTIJK

Ik ben op zoek gegaan naar wat de hondenschool kenmerkend maakt voor zowel leden als naar onbekenden toe. In de enquête pols ik naar de bekendheid van het huidige logo. Ik vroeg welk gevoel het huidige logo opwekt en of dit samenhangt met de gevoelswaarden die de club graag wil uitstralen.

Wat is een huisstijl?

Merken staan nooit helemaal op zichzelf; ze zijn onlosmakelijk verbonden met de entiteiten die ze hebben gebouwd en elke dag verder creëren. Elk deelproduct, elke sociale media uiting, elk klantcontact, elke handeling of reactie van een medewerker, zowel intern als extern, is een expressie van het merk. Een sterk merk bouwen vereist een kraakheldere en eenduidige definitie.²

Een huisstijl gaat dus over het creëren van een klantbeleving. Dit is zicht- en tastbaar.

IN DE PRAKTIJK

De club heeft me samples gegeven die zij gebruiken in hun communicatie met de club. Daarmee bedoel ik flyers, stationery etc. die van belang zijn in hun communicatie management. We zien al een hint van een vaste huisstijl, maar deze wordt nog niet consistent genoeg gebruikt.

MERKIDENTITEIT

De brand identity omvat de visie, de missie en de strategie van een organisatie.

WAT IS ONS BESTAANSRECHT?

WAAR GAAN WE NAARTOE?

HOE GAAN WE DAAR KOMEN?

Het fijne van het uitschrijven van een brand identity is dat het je dwingt om een stap terug te doen en het grote plaatje te bekijken. Het geeft je een leidraad, een kompasskoers voor de langere termijn.

WIE ZIJN WE?

WAT DOEN WE?

WAAROM EIGENLIJK?

BEDRIJFSIDENTITEIT

De corporate identity is wie jij wil zijn en wat anderen denken dat jij bent.

WIE BESLIST ER WIE WIJ ZIJN?

HOE ZIET DE OMGEVING ONS?

ZIJN WE TEVREDEN OVER HOE DE OMGEVING ONS ZIET?

VISUELE IDENTITEIT

De visual identity is een beschrijving van de visuele elementen die de kern van het merk vormen zoals het logo en het gebruik, kleurenpalet, typografie en fotografie. Op basis hiervan kunnen er middelen gemaakt worden zoals brochures, affiches, websites, andere creatieve uitwerkingen en een huisstijlgids.

DE VISUAL IDENTITY BENADRUKT HET 'WAAROM',

DE ACHTERLIGGENDE GEDACHTE.

DE HUISSTIJL DAARENTEGEN IS EEN GEGEVEN,

DE DO'S EN DON'TS.

¹ (2019, 15 mei). Wat is branding?: de basics van branding op een rijtje. Wij zijn marketingstrategen - GO! Total Branding. <https://gototalbranding.nl/branding/>

² Bloem, T. N. (2020, 14 september). Wat is een merk? – De enige échte definitie van een merk. Abrnd. <https://abrnd.com/branding/wat-is-een-merk-de-enige-echte-definitie/>

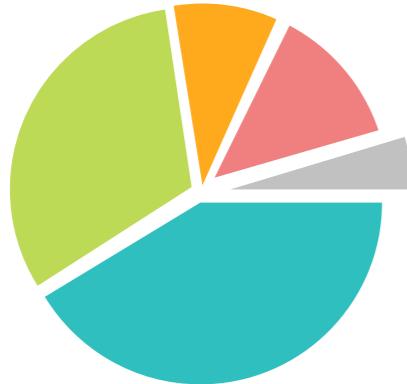
Enquête 1

Om een goed beeld te krijgen van wie er op dit moment in de Hondenschool is, heb ik een vragenlijst opgesteld voor de leden van de club. Hiermee bedoel ik dan het bestuur, de ingeschreven leden en de werkende leden.

De enquête werd door 21 mensen beantwoord.

Op welke manier bent u betrokken bij hondenschool De Trouwe Hond?

Hier zien we dat iedereen zeer duidelijk gerepresenteerd wordt in het onderzoek. Zowel ingeschreven leden (de geleiders), werkende leden als oud-leden namen deel en gaven hun mening. Ook het bestuur en instructeurs deden actief mee.



- Werkend lid
- Bestuur
- Instructeur
- Lid
- Oud lid

Hoelang bent u al een actief lid van De Trouwe Hond?

We zien heel duidelijk dat de meerderheid van de leden al een vrij lange tijd actief aanwezig is in de hondenschool. Maar liefst 68,2% is al meer dan 5 jaar actief lid, terwijl er ook nog steeds een instroom is van nieuwe leden (13,6%).

Hieruit kunnen we dus vaststellen dat de club nog steeds ieder jaar groeit.



- minder dan een jaar
- 1 jaar
- 3 jaar
- Meer dan 5 jaar

Hoe kent u De Trouwe Hond?

Het is belangrijk om te weten hoe onze club bekend wordt bij buitenstaanders. Hier zien we dat de website en de mond-tot-mond reclame een zeer actieve rol spelen. Dit betekent dat de website up-to-date moet gehouden worden en voldoende relevante informatie moet bevatten voor nieuwe leden.



- Sociale media
- Vroeger lid geweest
- Zoon van de voorzitter
- Website
- Mond-tot-mond reclame
- Vrijwilliger in de hondenschool

Wat is uw mening over de hondenschool?

Wat vindt u van de trainingen, evenementen, de regeling en de sfeer?

Alles ok, soms teveel deelnemers per groep.

Een zeer goede hondenschool.

Familiale sfeer.

Gezellige sfeer tijdens de trainingen, zowel tussen de instructeurs als de leden.

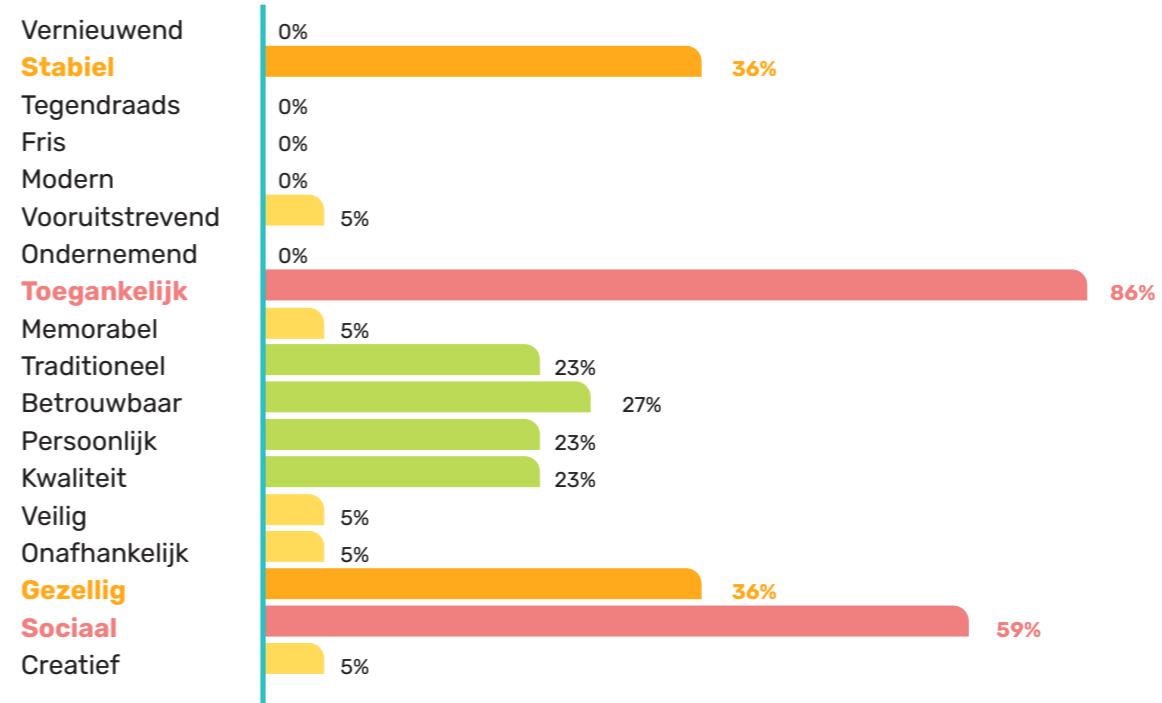
Door de covid problematiek is dit jaar nu wel geen referentie, maar er heerst een familiale sfeer.

Puppy's leren sociaal omgaan met andere honden. Ervaringen lesgevers. Steeds bereid voor individueel advies.

Zeer goed. Anders zouden we er nog geen 12 jaar naartoe gaan. Lessen zijn goed en niet te fel wedstijdgericht. Huiselijke sfeer.

Gezellig en no nonsens. Leuke trainingen voor mens en hond.

Hoe ziet u De Trouwe Hond in 3 woorden?



Na het analyseren van bovenstaande grafiek kan men zien dat de meerderheid van de leden kozen voor de kernwoorden: Toegankelijk, Sociaal, Stabiel (en Gezellig). Dit komt overeen met wat de club graag wil uitstralen. De sfeer tussen het bestuur, de instructeurs en de leden zit snor. De merkwaarden zitten dus al juist binnen de club zelf. We gaan deze vraag ook stellen in onze tweede enquête.

Enquête 2

Om dit onderzoek zo diepgaand mogelijk te maken, bevragen we ook de buitenstaanders: mensen die (nog) niet bekend zijn met De Trouwe Hond. We toetsen af wat zij vinden van de club zonder enige voorkennis te hebben. We bevragen een zeer breed publiek: van hondenliefhebbers tot hondenhaters, van mensen met hond tot mensen zonder, mensen die wél naar een hondenschool gaan tot mensen die dit niet doen.

Deze enquête werd door 89 mensen beantwoord.
Van overal in België.

WIE ZIJN ZE? WAT DENKEN ZE?

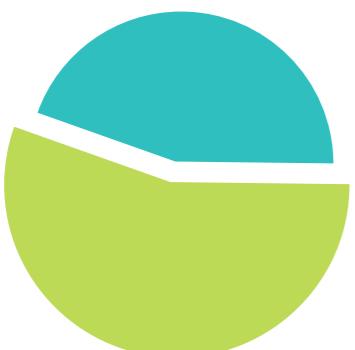
WAAROM ZOUDEN ZE WEL/NIET

NAAR ONZE CLUB KOMEN?

WAT IS DE MENING OVER DE HUIDIGE STIJL?

Heeft u een hond?

Hier zien we bijna een fifty/fifty situatie. De meerderheid van de bevraagden (55%, 49 mensen) heeft wel degelijk een hond, maar de overige 44% valt daarom niet onmiddellijk uit onze doelgroep. De club probeert een groot publiek aan te spreken en daar horen de 'nog geen baasjes' ook bij. Het is belangrijk om duidelijk te maken aan deze doelgroep dat een hond een grote verantwoordelijkheid is en dat socialisatie van uw viervoeter essentieel is. Zo kunnen we het doel van een hondenschool promoten.



Ja
Nee

Herkent u dit logo?

Het merk krijgt vorm door middel van een logo, maar hoe goed kent de buitenwereld het huidige logo van De Trouwe Hond? Hierbij moeten we rekening houden dat de club erg regionaal is. De meeste leden wonen in de buurt van de hondenschool en de mensen die deze enquête hebben ingevuld wonen zeer verspreid over het land. Maar liefst 71 van de bevraagden kende dit logo niet.



Ja
Nee
Vaag

Kent u hondenschool De Trouwe Hond?

Vervolgens polsen we ook naar de bekendheid van onze naam. Naamsbekendheid valt niet te onderschatten in dit onderzoek rond visuele communicatie. Een woordmerk kan net zo bekend zijn als een alleenstaand beeldlogo. We zien hier ook dat 20 bevraagden al van de club gehoord hebben en dat 10 mensen een vaag idee heeft van de vzw. Dit wil zeggen dat het woordlogo meer bekend is bij de doelgroep dan het beeldlogo.



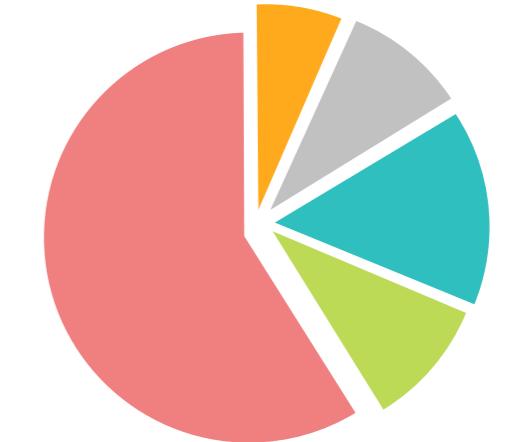
Ja
Nee

En zo ja, gaat u naar een hondenschool?

Nu zien we van alle bevraagden dat amper 18,5% lid is van een hondenschool. Dat zijn 12 mensen van de 49 die in de vorige vraag zeiden dat ze een hond hebben. Dit wil zeggen dat maar liefst 37 mensen van de 89 wél een hond hebben, maar géén lid zijn van een hondenschool. De vraag 'waarom?' komt hier dan naar boven. Misschien zien ze het nut er niet van in of willen ze hier geen tijd voor maken. Misschien moeten we hier wel wat meer awareness rond maken.

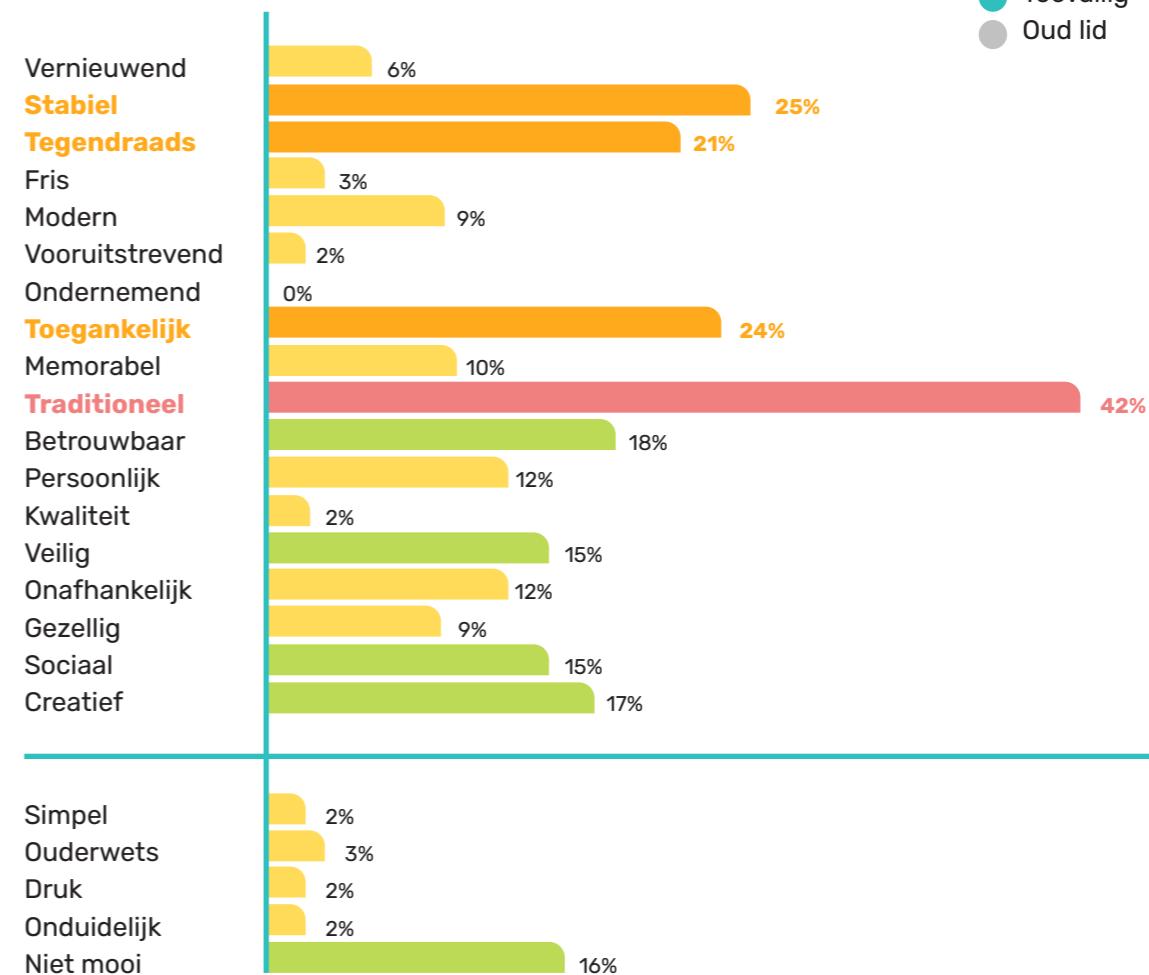
En zo ja, hoe kent u de hondenschool?

In deze grafiek zien we dat de mond-tot mond reclame nog altijd zeer duidelijk primeert bij de bekendheid van de hondenschool. Dit nemen we mee in ons onderzoek en houden we in ons achterhoofd bij het ontwikkelen van de awareness campagne.



Mond - tot - mond
Sociale media
Website
Toevallig
Oud lid

Hoe ziet u De Trouwe Hond in 3 woorden?



Bij deze vraag liet ik de optie om zelf een merkwaarde toe te voegen, om ervoor te zorgen dat iedere mening duidelijk kon worden weergegeven. Bedenk dat deze antwoorden puur gebaseerd zijn op wat er visueel gecommuniceerd wordt via het logo, aangezien de bevraagden de club niet kennen. Dit heeft dus niets te maken met de effectieve sfeer in de club zelf, maar wat het logo uitstraalt naar de buitenwereld toe.

Brand sprint

20-YEAR ROADMAP

Waar staan jullie binnen 5, 10 en 20 jaar? Wat willen jullie graag bereiken in de toekomst?

Wij bekijken alles jaar tot jaar. We zijn goed bezig momenteel en hopen dit nog lang vol te houden. Onze zonen en dochters zullen dit later kunnen overnemen.

WHAT, HOW & WHY?

Wat is jullie missie?

Onze honden socialiseren en opleiden, maar ook onze geleiders tevreden maken/houden.

Hoe behalen jullie je missie?

Samen. Want samen staan we sterk.

Wat is jullie motivatie?

We putten energie uit het feit dat we mensen kunnen helpen op een vriendschappelijke manier.

TOP THREE VALUES

Wat zijn jullie 3 kernwaarden? Welke 3 woorden definieert voor u de hondenschool?

Sociaal

Toegankelijk

Betrouwbaar

PERSONALITY SLIDERS

Tijdens de brand sprint vroeg ik het bestuur om de persoonlijkheid van de Trouwe Hond aan te duiden op de deze sliders.

Elite  Massa

Zowel de leden als het bestuur plaatsten zich naar de 'massa'. Ze willen een breed publiek bereiken, maar in een kwaliteitsniche. Het doel is om het juiste publiek aan te spreken.

Serieus  Speels

Ze vinden zichzelf eerder 'playful', maar heeft uiteraard een educatief luik. De lessen moeten zowel educatief als leuk zijn voor zowel het baasje als de hond.

Conventioneel  Rebels

De club is eerder rebels, er is een hoek af. Dit wordt daarom ook uitgewerkt in de huisstijl. (zie: Grafische vormen)

Vriend  Autoriteit

Zoals we ook al zagen in het interview en in de enquête is de club zeer vriendschappelijk en familiaal. Ze willen lessen geven met een authentieke en persoonlijke aanpak.

Volwassen  Jong

De hondenschool is voor alle leeftijden en is daardoor ook heel neutraal. Je kan met je hond lessen volgen vanaf 12 jaar. De meeste oudere leden zijn na al jaren 'blijven plakken'.

Klassiek  Modern

Het bestuur streeft ernaar om te behouden wat goed is en te innoveren waar nodig. Daarom zijn ze eerder modern en willen dit ook graag uitstralen.

Vrouwelijk  Mannelijk

De club is zowel vrouwelijk als mannelijk dus hier moet ik zeker rekening mee houden in het uitwerken van de rebranding. Het moet beide partijen aanspreken.

Realistisch  Optimistisch

Het bestuur is eerder realistisch ingesteld, maar zien de huidige situatie wel zeer positief in.

Persona's

Na een uitgebreid onderzoek over deze honden-school (interview, brand sprint, bezoek aan de organisatie...) heb ik een goed beeld gekregen van de doelgroep die we moeten voor ogen hebben bij het vormgeven van een nieuwe visuele stijl.

HET ALGEMENE BEELD VAN DE DOELGROEP:

Geografisch: Zottegem en omgeving (Herzele)
Leeftijd: vooral tussen de 20 en 60 jaar
Psychologisch: sociaal, dierenvriend
Gebruik/gedrag: wil hun hond begrijpen en socialiseren, blijft graag iets langer 'plakken' om nog na te praten en iets te drinken

De drie belangrijkste doelgroepen waren:
Hondenliefhebbers
Gemotiveerde leden (jong én oud)
Sociale sympathisanten

Persona's plakken een concreet gezicht op ons doelpubliek. Zo krijgen we een beeld van wie we nu precies willen aanspreken. De volgende vier persona's beschrijven beknopt het doelpubliek van De Trouwe Hond. We focussen hier vooral op de leden (de geleiders) van de club.



Esther De Jong

Leeftijd: 29 jaar
Woonplaats: Zottegem
Beroep: Leerkracht lager onderwijs
Persoonlijkheid: optimistisch en dynamisch
Hobby's: Raften, wintersporten, wandelen
Goal: Ze wil haar hond trainen om aan westrijden mee te doen

OP INTERNET

Zoekt naar campeer vakanties
Leest graag blogs over dog moms
Kijkt naar video's over dog grooming



BIOGRAFIE

Esther gaat vaak op reis met haar hond (Olaf) en vriend (Lukas). Ze loopt ongeveer 15km per week en zit nooit erg lang thuis. Ze houdt van de natuur en gaat elke dag met de fiets naar het werk. Esther heeft een hekel aan kapitalisme en mensen die niet goed omgaan met hun hond.

Luc Parret

Leeftijd: 47 jaar
Woonplaats: Herzele
Beroep: Bakker
Persoonlijkheid: spontaan en realistisch
Hobby's: op café gaan, kaarten, tuinieren
Goal: Er voor zorgen dat zijn hond naar hem luisterd en geen vreemdelingen aanvalt



OP INTERNET

Zoekt naar zijn bankzaken
Leest al eens recensies over zijn bakkerij
Kijkt en beantwoordt mails



BIOGRAFIE

Luc is een echte 'pater familias' en spendeert graag tijd met zijn vrouw en 2 dochters. Hij zit ook in een carnavalsvereniging waarin hij ieder jaar actief meedoet. Hij houdt van zijn zelfgebakken taartjes en vindt de dingen goed zoals ze nu zijn. Hij houdt niet van plotse veranderingen, waarvan hij het nut niet van inziet.



David Coppens

Leeftijd: 21 jaar
Woonplaats: Geraardsbergen
Beroep: Student Toegepaste Informatica
Persoonlijkheid: grappig, impulsief
Hobby's: gamen en fuiven
Goal: Hij wil een hond, maar heeft geen idee hoe hij die moet africhten.

BIOGRAFIE

David zit op kot in Gent en kan je elke donderdagavond in de Overpoort vinden. Slaap is een onbekend woord voor hem want hij gamed graag de hele nacht lang. Hij houdt van honden, maar weet niets over de opvoeding van een pup. Hij haat vage/onduidelijke communicatie en trage wifi.

OP INTERNET

Zoekt vaak naar nieuwe gadgets
Leest over nieuwe technologieën
Kijkt naar random YouTube video's



Annelies Vandemaele

Leeftijd: 36 jaar
Woonplaats: Zwalm
Beroep: Architect
Persoonlijkheid: zorgaam, geduldig
Hobby's: shoppen en cultuur opsnuiven
Goal: Zij wil haar hond afleeren in huis te plassen en op bezoek hun benen te springen



OP INTERNET

Zoekt naar speelgoed voor de kids
Leest de recepten van Jeroen Meus
Kijkt op meteovista



BIOGRAFIE

Annelies is een alleenstaande moeder met een zoon, een dochter en een jonge, lieve malteserpup. Ze een levensgenieter die graag kleine uitstapjes doet met het gezin. Ze houdt ervan om nieuwe dingen te kopen voor haar kroost. Ze is geen fan van tweedehanskleding en vindt de soldenperiode veel te kort duren.



Besluit

Uit ons onderzoek kunnen we besluiten dat hondenschool De Trouwe Hond een gemotiveerde en gezellige organisatie is die met een nieuwe branding zou kunnen profiteren van een frisse, positieve en open uitstraling. Het moet een stijl zijn die leeftijden overkoepelt, duidelijk en helder communiceert en een breed publiek kan aanspreken. Daarbij komt nog dat ze ook nog eens vrij rebels en speels zijn, dus het mag allemaal liefst met een hoek af. De stijl mag eruit springen in vergelijking met de concurrencten's*.

Nu gaan we over naar ons grafische onderzoek, maar niet voor ik eerst nog even kort samenvat waarmee ik rekening moet houden in de volgende fase:

MERKVERKLARING:

De Trouwe Hond ondersteunt baasjes en wil hun leden graag begeleiden bij het opleiden van hun hond door samen te werken op een duurzame, aangename en persoonlijke manier.

MERKWAARDEN:

Betrouwbaar
Gezellig
Balans

MERK PERSOONLIJKHEID:

Toegankelijk
Speels
Rebels
Vriendelijk

* dit woord is een samengevoegd van concurrenten en collega's.

GRAFISCH ONDERZOEK

Introductie

Hondenschool De Trouwe Hond is gespecialiseerd in het opleiden van honden en het begeleiden van baasjes in dit proces. Hun kennis over het gedrag van honden is dus zeer breed. Als grafisch ontwerper ben ik gespecialiseerd in esthetiek en bezit ik de kennis om hun verhaal visueel te vertalen en aantrekkelijk voor te stellen. Daarvoor is onderzoek nodig in de vorm van analyses, stylescapes, kleur en typografisch studies en zo verder.

Huidige branding

Vooraleer ik mijn fantasie de vrij loop laat gaan, moet ik eerst terugkoppelen naar het begin. We beginnen ons onderzoek bij het bestuderen en analyseren van de huidige huisstijl van vzw de Trouwe Hond.

HONDENSCHOOL



**DE TROUWE HOND
ZOTTEGEM**

De huidige huisstijl van de hondenschool is voortgekomen uit de kleuren van Zottegem: blauw en geel. Het model dat gebruikt werd bij het creëren van het huidige logo, was één van de honden van de eerste voorzitster. Een schnauzer. De gedachte hierachter is mooi, maar de kleuren zijn iets te fel en de typografie is verouderd.

Ik kreeg verschillende keren te horen van zowel mensen binnen de club als erbuiten dat de stijlering van de hond er verouderd en 'zielig' uitziet. Het logo straalt niet de juiste sfeer uit. De vzw gebruikt tot op de dag van vandaag wel al een vrij éénvormige branding. Je ziet al dat het logo consistent wordt toegepast en ook de kleuren zie je frequent terug voorkomen in bijvoorbeeld de truien, banners en formulieren.

Branding concurrentie



Meestal wordt al het drukwerk in zwart-wit gedrukt.

Hun flyers en posters worden wel apart vormgegeven en vormen geen geheel met de rest.
De kleuren uit het logo komen er ook niet in terug.

A scanned application form for 'DE TROUWE HOND - ZOTTEGEM vzw'. It includes sections for 'GEGEVENEN VAN DE LEIDER', 'GEGEVENEN VAN DE HOND', and 'INZETTINGEN VAN DE HOND'. At the bottom, there is a section for 'HIERBIJ VERKLART HET NIEUWE LTD KENNIS GENOMEN TE HEBBEN VAN HET CLUBREGLEMENT DAT HIJ/ZIJ BIJ DE INZCHRIJVING HEFT ONTVANGEN EN VERKLAART ER ZICH MEE AKKOORD.' followed by a signature line.

Ik heb de logo's verzameld van concurrentie en concurrencten om te zien wat de tendensen zijn. We zien vooral logo's die voornamelijk uit een gestileerde hond bestaan. Rood, blauw en groen komen het vaakst terug als kleuren, maar verder waren er niet veel andere kleuren te bespeuren.

Om volledig te zijn in mijn concurrentieonderzoek ben ik ook de websites eens gaan uitpluizen om te achterhalen welke informatie zij vooropstellen, hoe hun navigatie geordend staat, wat ze wel en niet doen (qua lessen)... Dit heb ik vergeleken met de website van vzw De Trouwe Hond die u hiernaast kan terugvinden.



Action 4 dogs
Ruisbroek



Affligemse
Hondenschool



Hondenschool
De Bewaker Wetteren



Me And My Friend
Brakel



De hondenhoeve
Zwijnaarde



Onze gezel
Denderleeuw



Dog Training Center
DTC Ronse



Hondenschool Poho
Aalst

Willem heeft hondenschooldagen
Dit pagina wordt niet ondersteund

Wat wij precies doen, waar we kunnen vinden, webadressen van andere hondenscholen, en nog meer downloaden en andere informatie kan u op deze site vinden.

Wat is het doel van een hondenschool?

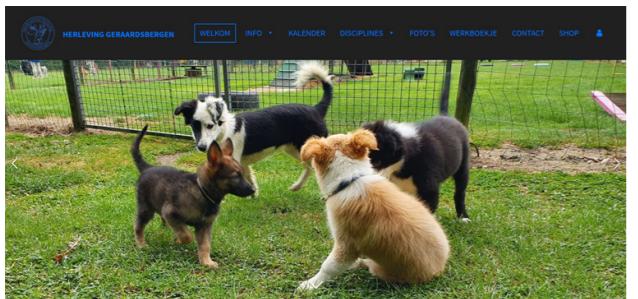
Onderwijs, socialisatie en oefenen van hond. Ook is het de bedoeling om de interactie tussen mens en hond te bevorderen, het ontdekken van de mogelijkheden van de hond en het wedstrijdgedrag aan te leren.

E-mail: De.Trouw.Hond@telenet.be
Telefoon: 09-361.21.81
Torenlaan: Geel 3 (gelegC)
Oude Herlaan 71
9400 Zottegem (Lokeren gemeente)

Openingsuren Gehoorzaamheid

	WEEKEND	WEEKDAAG
A - Klas	19.45 u tot 20.00 u	19.30 u tot 20.00 u
B - Klas	20.00 u tot 20.25 u	19.45 u tot 20.25 u
C - Klas	20.30 u tot 20.55 u	20.15 u tot 21.00 u
D - Klas	20.30 u tot 20.55 u	20.30 u tot 21.00 u
E - Klas	20.45 u tot 21.30 u	20.45 u tot 21.30 u

Hondenschool Herleving Geraardsbergen



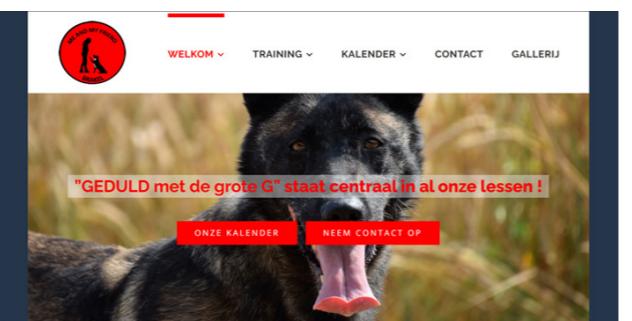
Hondenschool De Bewaker Wetteren



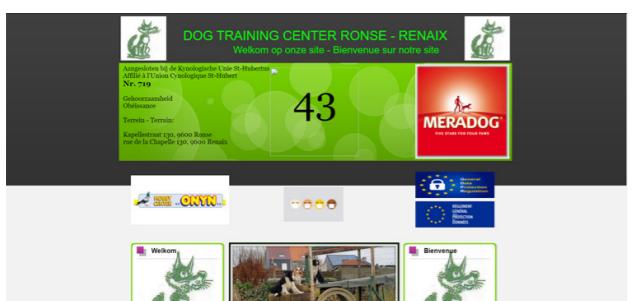
Me And My Friend Brakel



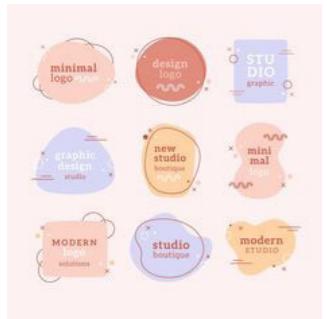
Dog Training Center DTC Ronse



Hondenschool Poho Aalst



Stylescapes



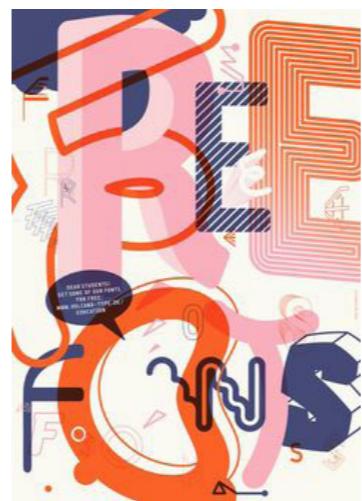
STYLE 1

Deze stijl maakt gebruik van aardse en lichte kleuren. Dit is zeer mooi in combinatie met losse vormen. De tekeningstijl is hier vrij simpel en los waardoor de stijl erg speels, jong en flexibel overkomt.



STYLE 2

Deze stijl maakt gebruik van veel beelden. De tekeningstijl is ook hier in zekere zin zeer simpel, maar wordt versterkt door de felle kleuren en de unieke typografie. Tekst en beeld wordt optimaal benut in deze stijl



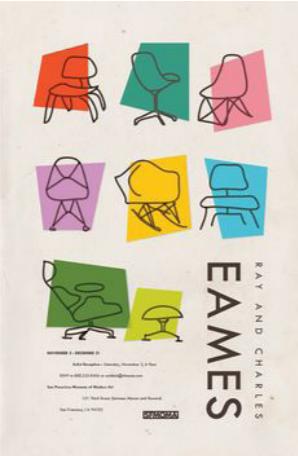
ZEKA DESIGN



ZEKA DESIGN

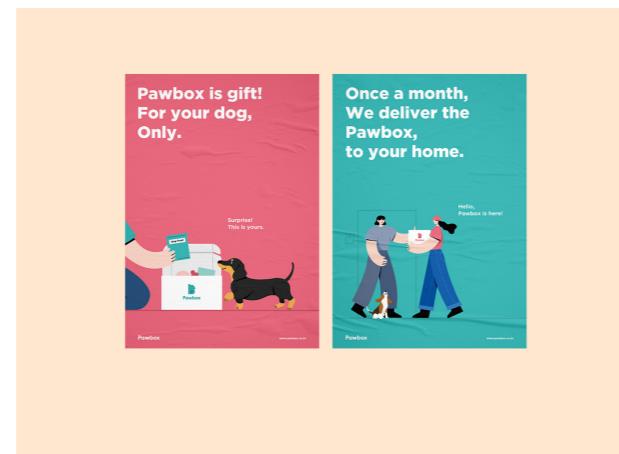


ZEKA DESIGN



STYLE 3

Deze stijl kan je het beste onderscheiden door zijn opvallende kleurvlakken. Er wordt hier gebruik gemaakt van lijntekeningen. De typografie is een Sans Serif en wordt zeer mooi geïntegreerd met de gebruikte illustraties. Deze stijl koos ik als inspiratie voor de rest van mijn onderzoek.



DECODING your DOG'S Body Language

Learn how to read your dog's mind through visual cues.

NEUTRAL & RELAXED

- Ears up (not forward)
- Head high
- Mouth open slightly, tongue may be exposed
- Loose stance, weight flat on feet
- Tail down and relaxed

ALERT & FOCUSED

- Ears forward
- Eyes wide
- Nose and forehead smooth
- Mouth closed
- Leaning forward slightly, standing on toes
- Tail horizontal, may move from side to side

PLAYFUL

- Ears up
- Pupils dilated
- Mouth open, tongue may be exposed
- Front end lowered on bent forepaws
- Tail up and may broadly wave
- May hold this position before breaking into a run

FEARFUL

- Ears back
- Pupils dilated
- Nose wrinkled
- Lips slightly curled
- Tail tucked
- Body lowered
- Hackles raised

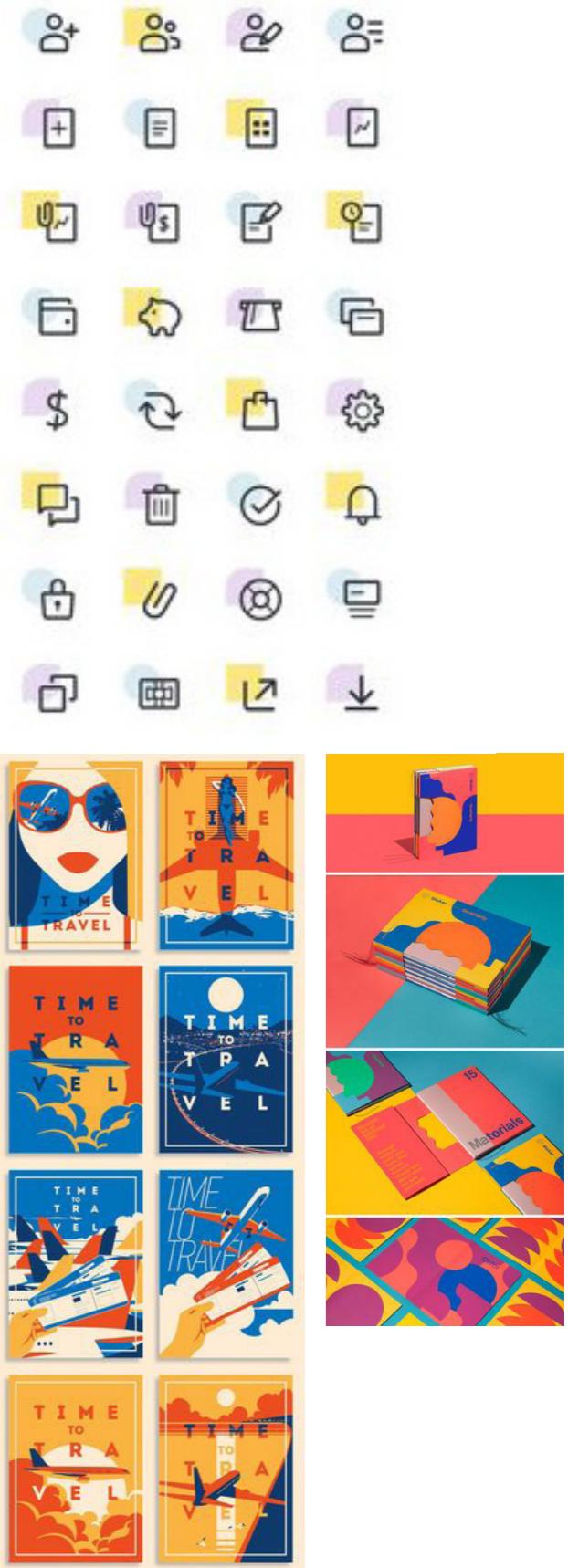
DOMINANT & AGGRESSIVE

- Forehead may show vertical wrinkles
- Nose wrinkled
- Lips curled, mouth open, teeth and gums are visible
- Stiff-legged stance
- Hackles raised
- Tail is stiff, may be quivering

SUBMISSIVE

- Eyes partly closed
- Nose and forehead smooth
- Corner of mouth back
- Head turns to avoid eye contact
- Ears flat and back
- Lies on back, stomach and throat exposed
- Tail tucked
- May sprinkle a few drops of urine

DogVacay



Kernwaarden

WAT ZIJN KERNWAARDEN? WAAROM ZIJN ZE BELANGRIJK?

Als vzw neem je bepaalde standpunten in. Dit zijn de waarden die de club graag waarborgt en naleeft. Dit kwam al eens aan bod bij de enquêtes, maar hier gaan we nu dieper op ingaan, want een woord zegt niet altijd genoeg. We willen hier een look en feel aan geven. We gaan dit visueel voortellen.

Betrouwbaar – kwalitatief

Op deze hondenschool kan je bouwen. Je bouwt hier het fundament op met je hond om samen een sterke verstandshouding te ontwikkelen. De lessen zijn leerzaam en brengen een grote meerwaarde tot de band tussen mens en dier.



Gezellig – sociaal

Dit is de ideale plek om sociale contacten aan te gaan: dit geldt dan voor zowel de honden als de baasjes.



Balans – groei

De boog kan niet altijd gespannen staan! De lessen zijn een perfecte combinatie tussen leren en spelen waardoor de honden ook met plezier trainen aan de zijde van het baasje.



Kleurstudie

Van deze kernwaarden kwam de kleurstudie tot stand. Een kleuronderzoek leidt tot een goed moodboard en dit is de houvast van de ontwerper om een mooie en consistente huisstijl vorm te geven. Deze studie is ook de fundering van mijn officiële kleurgebruik. Dit kan u terugvinden bij de titel 'Kleur' (pag 48)



GEEL

vernieuwend – bewegelijk – opgewekt

Geel is de kleur die licht uitstraalt en tevens van positief denken. Deze blije kleur staat voor energie en wijsheid, maar ook voor focus en doelgerichtheid. Geel straalt kennis en creativiteit uit.



BLAUW/ TURKOOS

communicatie – betrouwbaar – expressief

Blauw is de kleur van de vrede, eenheid, openheid en harmonie. De kleur geeft je een gevoel van ruimte. De kleur stimuleert je persoonlijke ontwikkeling, maar het staat ook voor goede communicatie tussen mens en dier.



ORANJE

warm – spontaan – sociaal

Oranje is de kleur van creatieve scheppende levenskracht en positieve sociale contacten. De kleur is stralend en zorgt ervoor dat je opgewekt en positief in het leven staat.



GROEN

balans – groei – stabiel

Groen is de kleur van evenwicht, harmonie en groei. De kleur groen is rustig en is afkomstig van de natuur en de toekomst. Zij werkt kalmerend op lichaam en geest en staat voor inzicht, wijsheid en toewijding.



ROZE

zorgzaam – sensifief – voedend

Roze is de kleur van onvoorwaardelijke liefde, zachtheid en kwetsbaarheid. Het staat voor geluk, vreugde en de verbondenheid in de club. Deze kleur heb ik speciaal gekozen voor de werkende leden die de club al jaren onvoorwaardelijk ondersteunen.

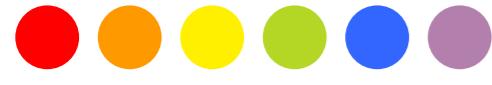
CORE VISUALS

Kleur

Bij het kleuronderzoek is de focus gelegd op het kleurenspectrum van de hond. Daarbij heb ik mezelf dus een cruciale vraag gesteld.

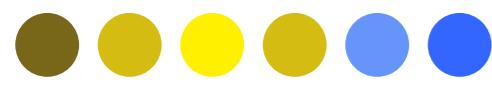
WELKE KLEUREN ZIET EEN HOND EN HOE VERSCHILT DIT VAN DE MENS?

Wat de mens ziet:



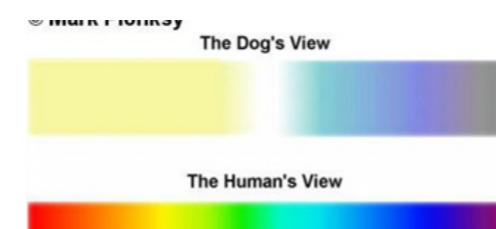
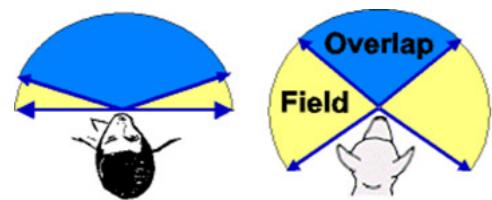
Het oog bevat staafjes en kegeltjes die ons de mogelijkheid bieden om respectievelijk licht en kleur waar te nemen. De hoeveelheid hiervan heeft een invloed op het kleurenspectrum van de waarnemer.

Wat de hond ziet:



De mens heeft drie soorten kegeltjes, waarvan elk kegeltje gevoelig is voor een andere kleur: rood, groen en blauw. Bij de hond is dit anders omdat ze slechts twee soorten kegeltjes bezitten. Hierdoor hebben ze een beperkter kleurenspectrum en zijn deze kleuren ook minder intens dan hoe wij ze ervaren. Daarbij hebben honden, in tegenstelling tot ons, meer staafjes en kunnen alles beter waarnemen in het donker.

"Op de Universiteit van Californië heeft Jay Neitz onderzoek gedaan naar kleurenblindheid bij honden. Hij liet honden steeds drie lichtpanelen op een rij zien, waarvan er twee dezelfde kleur hadden. De honden moesten vervolgens de afwijkende kleur aanwijzen. Bij een goed antwoord werd de hond beloond. De resultaten van dit onderzoek tonen aan dat honden met name de kleuren geel en blauw goed kunnen onderscheiden." (2020, 15 januari) Uit dit onderzoek leren we dus dat honden een beperkter kleurenspectrum hebben dan mensen. Hier houden we rekening mee in het kleuronderzoek van het logo.



Primaire kleuren

De primaire kleuren zijn de officiële, en enige toegestane, kleuren voor het logo. We gebruiken enkel deze kleuren voor het logo om goed herkenbaar te blijven. Waarom blauw en geel? Het blauw staat voor het bestuur en het geel staat als symbool voor de instructeurs.

1. DIT ZIJN DE KLEUREN DIE HONDEN HET BESTE KUNNEN WAARNEMEN.

Omdat we een hondenschool zijn leggen we onze focus op de hond. Dat is logisch, maar door kleuren te benutten die een hond optimaal kan waarnemen, zetten we dit feit subtiel in de verf. We willen immers dat ook de hond ons nieuwe logo kan zien.



Mustard

RGB: 225 / 219 / 88
CMYK: 0 / 15 / 76 / 0
LAB: 90 / 6 / 73
HEX: #FFDB58



Blue green

RGB: 48 / 191 / 191
CMYK: 87 / 0 / 35 / 0
LAB: 67 / -63 / -17
HEX: #30BFBF



Pointer/marker, poort, helm 'Egmont'



Patrimonium, erfgoed, kantelen, vizier, patroon 'Egmont'



De Trouwe
Hond
Hondenschool

2. DIT ZIJN OOK DE KLEUREN DIE GEBRUIKT WORDEN IN DE HUISTIJD VAN STAD ZOTTEGEM.

Zottegem heeft een rijke geschiedenis waar ze ook op trots op zijn. De stad heeft recent een frisse nieuwe look en feel gekregen. Het nieuwe logo bestaat uit een gele pointer en een blauwe kanteel. De gele kleur verwijst naar de helm van Lamoraal, graaf van Egmont. De blauwe 'kantelen' refereren dan weer naar het patrimonium van de stad, namelijk het kasteel van de graaf.

3. DIT IS EEN UPDATE VAN DE TWEE KLEUREN DIE AL BESTONDEN IN HET VORIGE LOGO.

Net zoals de stad zelf krijgt De Trouwe Hond een frisse update die hen 'op de kaart zet'. Het feit dat onze kleuren overeenkomen is een happy accident. De school is puur Zottegems en daar zijn ze trots op.

Secundaire kleuren

De secundaire kleuren hebben de functie om meer variatie te brengen in de algemene huisstijl. Alle drie de kleuren mogen vrij gebruikt worden in combinatie met de primaire kleuren, maar zijn nooit toegelaten in het logo. Het groen en oranje symboliseren de ingeschreven leden met hun hondje en het roze staat voor de ondersteunende werkende leden. Dit in combinatie met blauw en geel vormt samen de volledige club. Eén samenhangende groep mensen, elk met hun eigen functie en de daarbij horende kleur.



Crayola

RGB: 225 / 170 / 29
CMYK: 0 / 42 / 91 / 0
LAB: 80 / 34 / 86
HEX: #FFAA1D



June bud

RGB: 189 / 218 / 87
CMYK: 39 / 0 / 81 / 0
LAB: 82 / -30 / 63
HEX: #BDDA57



Light Coral

RGB: 240 / 128 / 128
CMYK: 0 / 63 / 37 / 0
LAB: 71 / 53 / 26
HEX: #F08080

Tertiaire kleuren

De tertiaire kleuren zijn varianten van de reeds vijf bestaande kleuren. We geven hier de keuze om met lichtere kleuren te werken omdat de hoofdkleuren vrij fel kunnen zijn voor specifieke doeleinden zoals de responsive website. Deze varianten kunnen ook ingezet worden om de leesbaarheid te waarborgen.



Typografie

Typografie is een vaakunderschat element in een rebranding, maar een lettertype draagt evenveel bij aan de look & feel als de kleur.

Het lettertype voor het woordlogo heet Dozen. Dit is een big friendly font die onze kernwaarden netjes onderstreept. Het is vriendelijk en uitnodigend wat erg aanleunt bij het ‘toegankelijke’-concept dat De Trouwe Hond vooropstelt. Verder hebben we het voordeel bij dit font dat bold en groot er niet alleen jong en fris uitziet, maar ook duidelijk leesbaar is voor een ouder publiek.

DOZEN
AaBbCcDd
EeFfGgHhIi
JjKkLlMmNn
OoPpQqRr
SsTtUuVv
WwXxYyZz

Voor alle andere tekst gebruiken we Rubik, te vinden via Google fonts: een mooie, neutrale, sans serif letter die in elke situatie gebruikt kan worden en bestaat van Light tot Black. Het is ook een heel duidelijk leesbaar lettertype. Gezien dit lettertype veel verschillende gewichten bevat en ingezet wordt op verschillende manieren en in diverse kleuren, kunnen we heel wat variatie in onze uitwerkingen creëren.

Daar waar het onmogelijk is aangepaste fonts te gebruiken, kiezen we voor het systeemfont Arial.

Rubik
AaBbCcDd
EeFfGgHhIi
JjKkLlMmNn
OoPpQqRr
SsTtUuVv
WwXxYyZz

Lay-out

Bij het opmaken van een document wordt de beschikbare oppervlakte telkens opgedeeld in verschillende kolommen - die altijd deelbaar moeten zijn door twee, met een tussenruimte van zes millimeter. Men kan vervolgens met deze kolommen gaan spelen om dynamiek te creëren in de lay-out. De marges zijn variabel naar gelang de toepassing.

Dit zijn enkele voorbeeld bladspiegels die al uitgetest werden en goed bruikbaar zijn:

VOOR FOLDERS

Formaat: A4 - 21 x 29,7 cm

Zetspiegel:

Marge:

Kolommen: 6

Tussenruimte:



VOOR POSTERS

Formaat: A3 - 42 x 29,7 cm

Zetspiegel:

Marge:

Kolommen: 6

Tussenruimte:

VOOR FORMULIEREN

Formaat: A4 - 21 x 29,7 cm

Zetspiegel:

Marge:

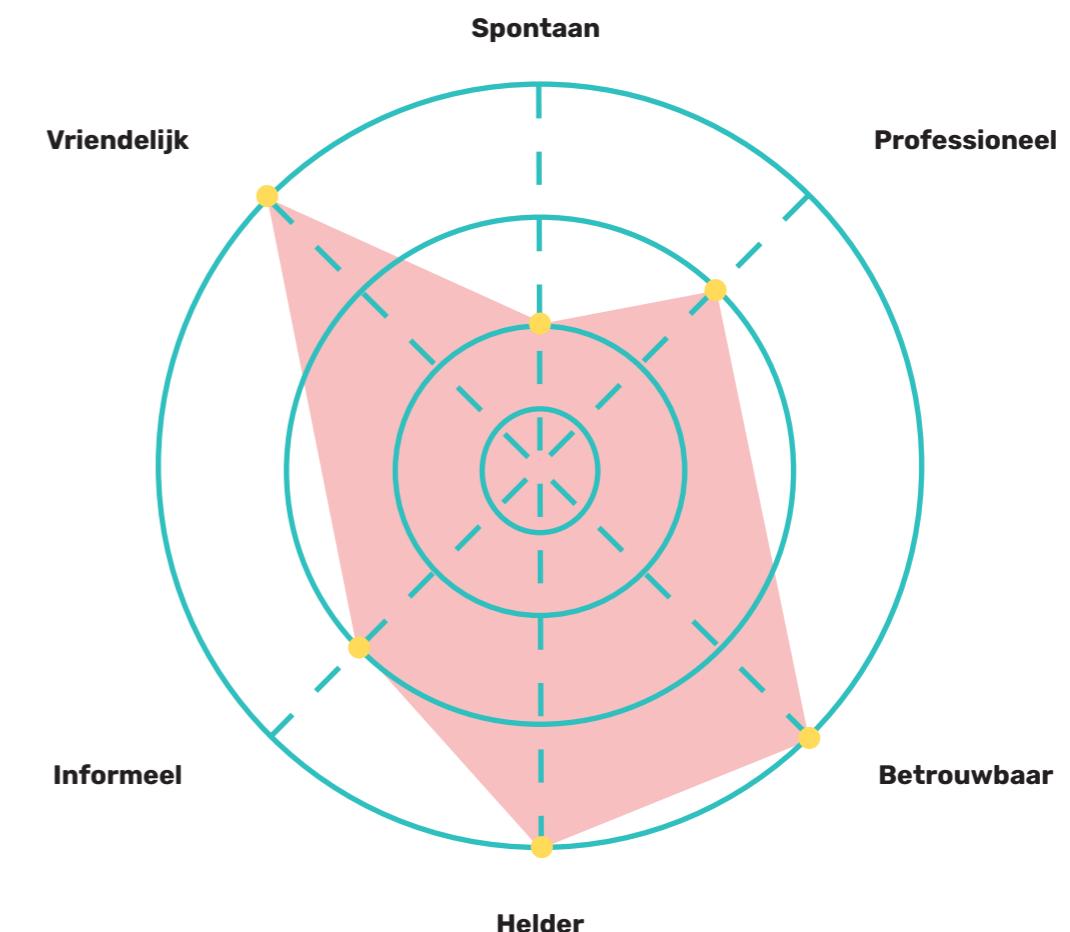
Kolommen: 4

Tussenruimte:

Tone of voice

Es dolore post di ommoluptas moluptatis re, ex-platur soluptatem. Magnis dolorum quisicit, soles earum dolorio to berum fuga. Cus consequ aectur a delit, officiae. Ut et aut elitat voloreh endeniet, cuptaquis dunt voluptat autatia esciatur sequidi-tio doluptas am repedi apitiat expla quides volores cianim cusam et, ut quia dioreru picaboreium vel ium ut idusto consed quiat.

Landi odipsame voluptate et hit, consequo modis-qui venihilloria sequi aligendent qui delende ip-sunt, ea invellis por seque quam ventorendem eos eumquam vollam secati venis cullessim esequam



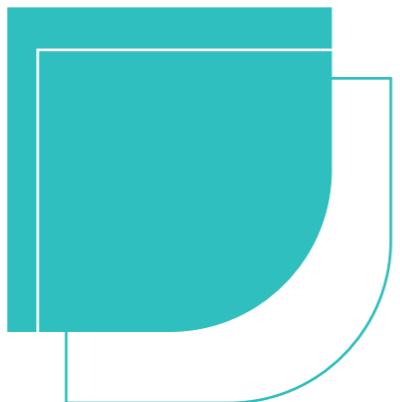
Grafische vormen



Het verhaal achter de visuals die ik gebruik voor de huisstijl van de hondenschool is vrij simpel. We willen graag uitstralen dat we toegankelijk en sociaal zijn. Zoals al eerder besproken: de club is ook rebels en speels dus we gaan dit subtiel accentueren.

Dit vierkant met de afgeronde hoek wil letterlijk zeggen: 'Met een hoek af'.

Deze afgeronde hoek kan ook toegepast worden op andere vormen zoals hieronder wordt getoond. Er zijn ook enkele uitzonderingen waarbij enkel afgeronde hoeken gebruikt worden. Dit zijn achtergrondvlakken die kunnen gecombineerd worden met de lijnstileringen van honden. Deze stileringen kunt u op de pagina hiernaast terugvinden. We volgen hier onze stylescape met zijn opvallende kleurvlakken en lijmtekeningen.



UITGEWERKTE CREATIES

Voorstudies

Het is logisch dat ik niet meteen mijn volledige huisstijl in één dag had bedacht en uitgewerkt. Hier ging een lang en intensief denkproces aan vooraf. Mijn gedachten gingen eerst een volledig andere richting uit dus hier kunt u de voorstudies terugvinden die tot mijn uiteindelijke eindresultaat hebben geleid.



Logo

INTRO

Na een uitgebreide logo-zoektocht, kozen we uiteindelijk het logo met het beste verhaal.



1. Het logo werd ontworpen door met het lettertype Erica One te spelen. Ik noem dit graag een BFF-lettertype: big friendly font. Het lettertype ziet er vriendelijk en uitnodigend uit en leunt daardoor aan bij de 'open plek'-filosofie die BUDA vooropstelt.

Doordat een groot deel van het publiek uit 50+'ers bestaat, hebben we het voordeel dat de dikte van de font er niet alleen jong en fris uitziet, maar ook duidelijk leesbaar is voor een ouder publiek.

2. Het logo is blauw. Deze kleur straalt veiligheid en vertrouwen uit en dat zijn ook waarden die BUDA belangrijk vindt. Daarnaast zijn er weinig gelijkaardige organisaties die blauw als hoofdkleur kozen.

3. Uit de A van BUDA werd een oogje gehaald. Dit oog is niet enkel een oog, maar slaat ook op de vorm van het Buda-eiland in Kortrijk waar de vzw naar vernoemd is en waar het kunstencentrum zich nog steeds bevindt (zie foto). Dit knipoogt dus naar de verbinding met de stad waar BUDA graag meer aandacht aan wil besteden. Daarnaast is het natuurlijk ook een oogje dat slaat op de visuele kunsten, waar cinema en toch ook theater de beste voorbeelden van zijn.

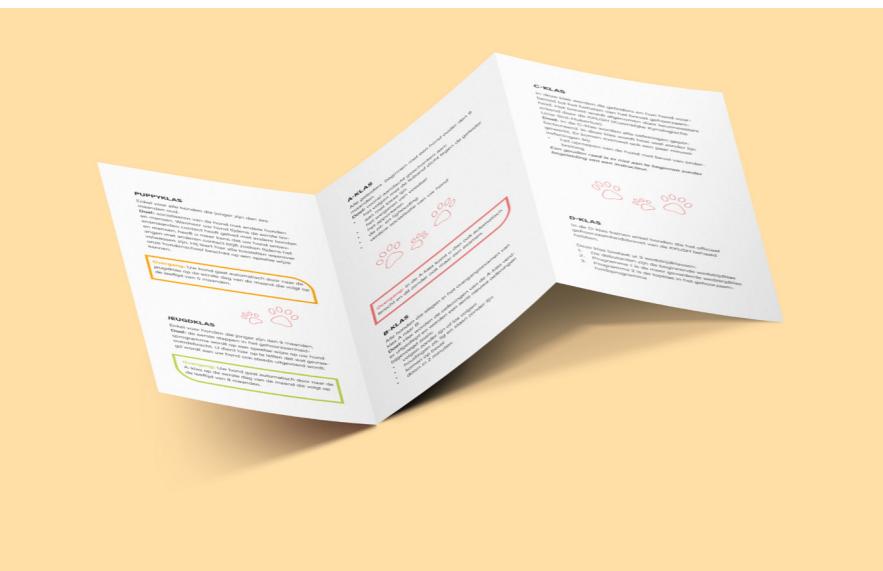


Branding

OFFLINE

Folders

Formaat: A4 liggend
Kleur: Full Colour R/V
Papier: Coated, mat
Grammaat: 135 g/m²
Afwerking: schoonsnijden



Posters

Formaat: A3 staand
Kleur: Full Colour R
Papier: Coated, mat
Grammaat: 135 g/m²
Afwerking: schoonsnijden



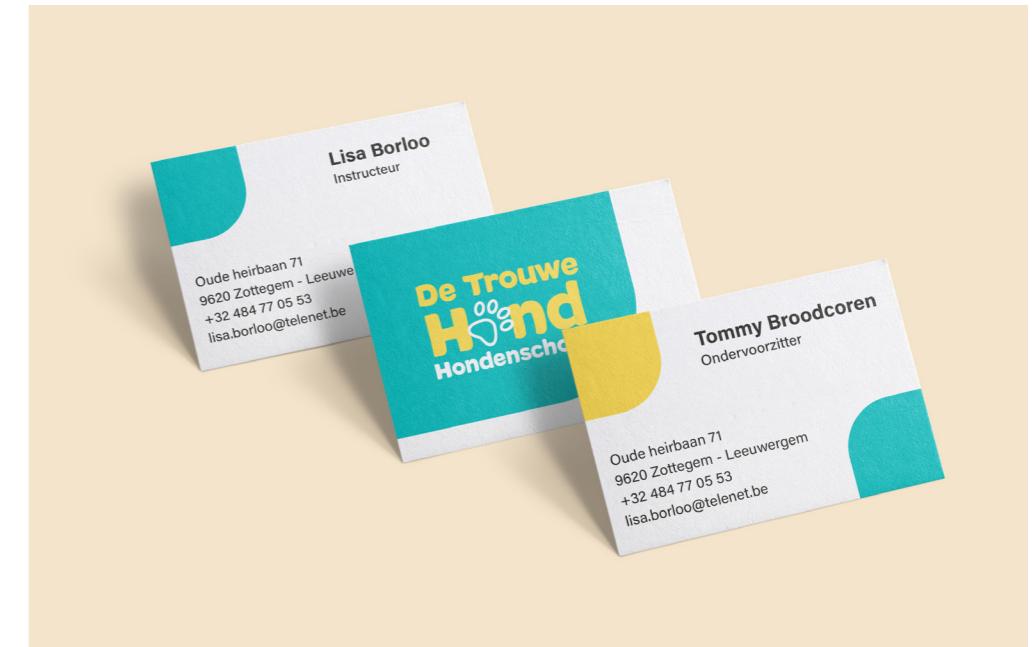
Formulieren/briefpapier

Formaat: A4
Kleur: Full Colour R
Papier: Coated, halfmat, hv
Grammaatge: 120 g/m²



Visitekaartjes

Formaat: 85 x 55mm
Kleur: Full Colour R/V
Papier: Uncoated, mat, hv
Grammaatge: 400 g/m²
Afwerking: kappen



SIGNALISATIE

Vlaggen

Formaat: 420 x 920mm

Kleur: 4 kleuren



Bord

Formaat:

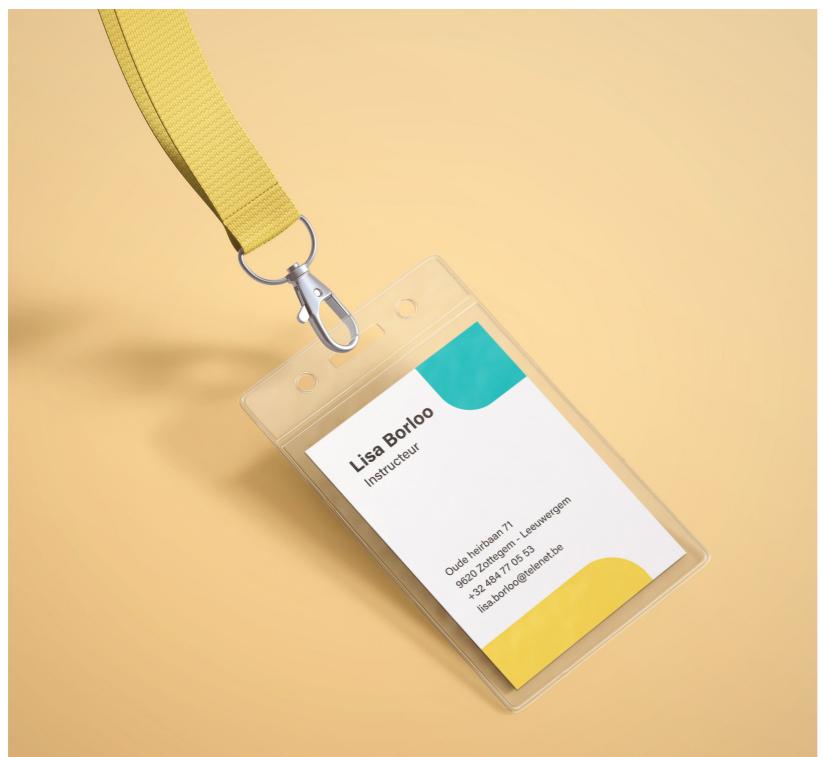
Kleur:



Bordjes

Formaat:

Kleur:



Naam tags

Formaat:

Kleur:



EXTRA'S

Totebags

Formaat: 290 x 290mm

Kleur: 1 Kleur of 4 kleuren



Kalender - staand

Formaat: 290 x 290mm

Kleur: 1 Kleur of 4 kleuren



Pin

Formaat:

Kalender - boek

Formaat: 290 x 290mm

Kleur: 1 Kleur of 4 kleuren



ONLINE

Responsive website

Formaat: 290 x 290mm

Kleur: 1 Kleur of 4 kleuren



Facebook pagina

Formaat: 290 x 290mm

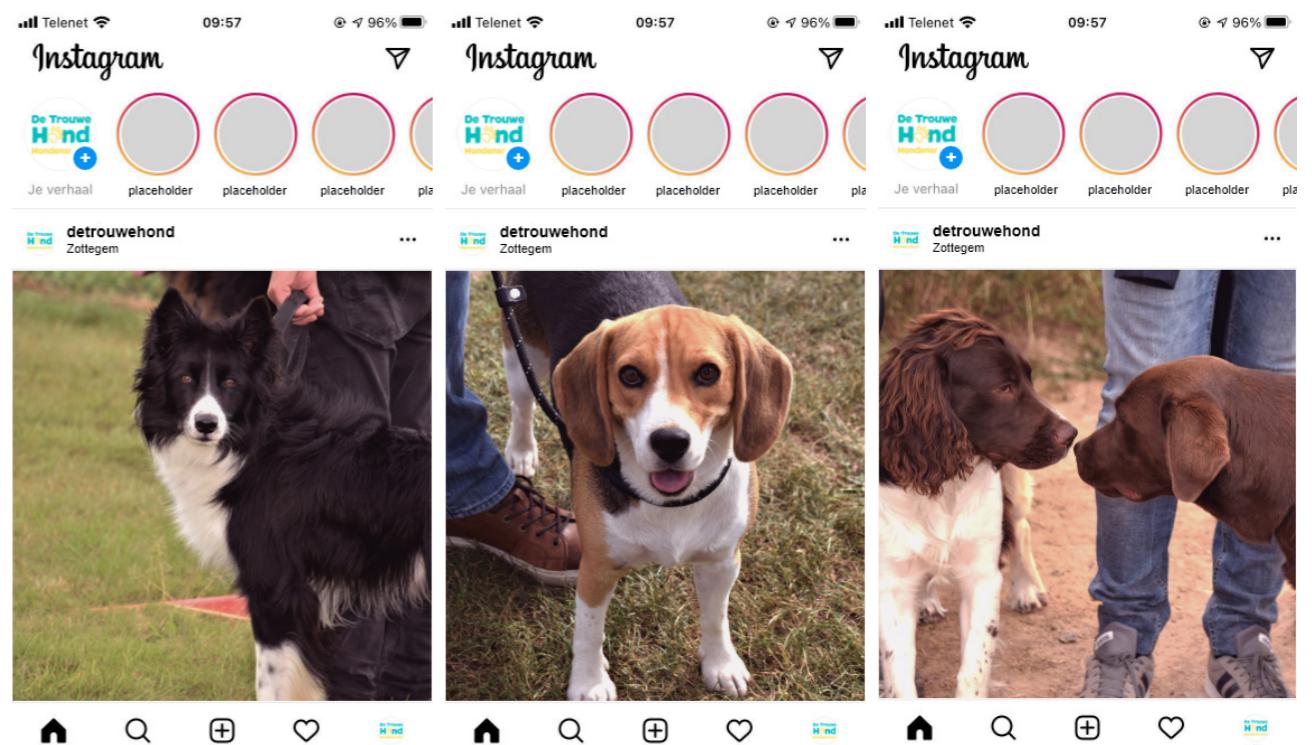
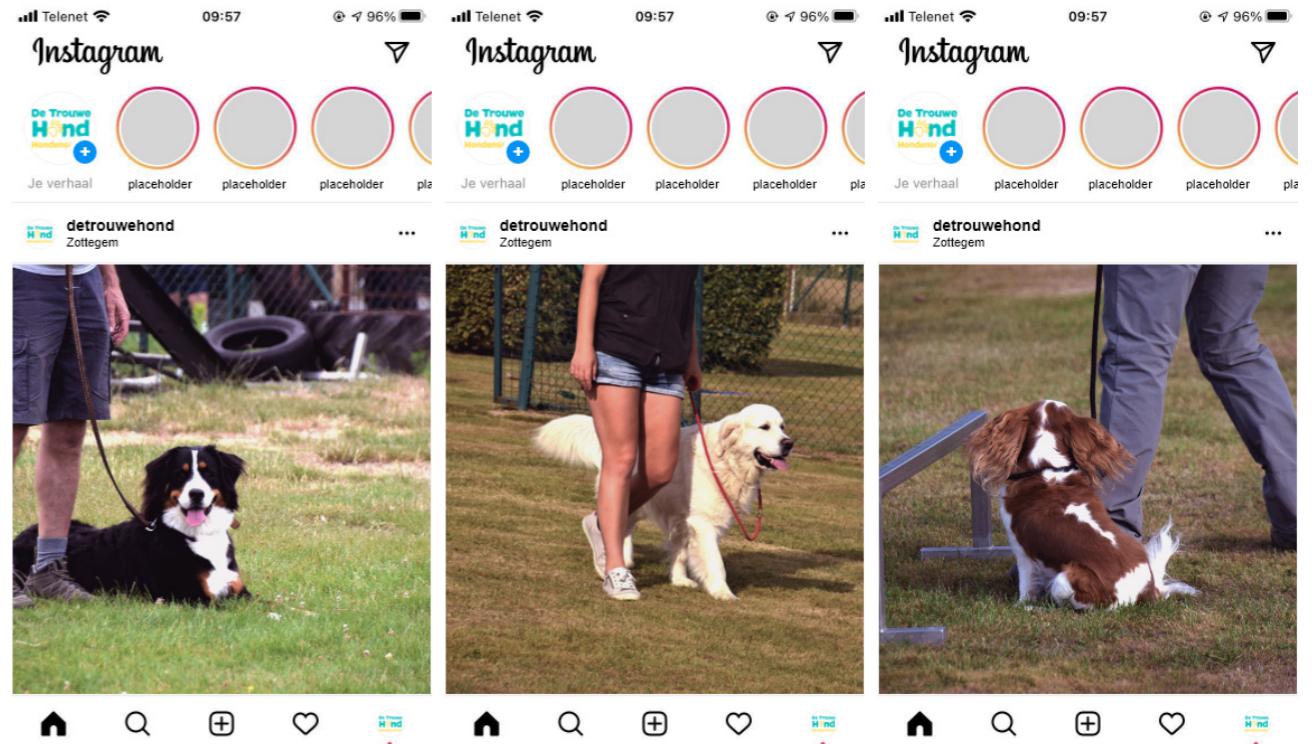
Kleur: 1 Kleur of 4 kleuren



Instagram posts

Formaat: 290 x 290mm

Kleur: 1 Kleur of 4 kleuren



Campagne

Pubibus nerium int? quo es re tatintr obsestratus, nostilis, Ti. Gra rendum cus. At vivero, am haedit, fatilina peremnihil vis; nox sul ver acchuit; Cat, con tum et patica crebunum ad in terum imusces ilinum ut omnit pl. Unteror licipimilist publici ptimum ta L. Licto efenam et orum tanuliemum tus, cae ceperriam hacte conem que diis, cotarit.

Mihin adhuidic rem descia mediу imissed fura vidella moris potam iamquos truroreis, niam sulia vehem vilicam iam aperes int, nocurorae cont, sa et, vilin in verorum erfintrae furs hos, ne dem mandam sis. Ur. Ehebus vis, quosul cast aciente ium me con sendiciem atuam pulos Casdam essimaion peri, etra, popostides hocchus a Sciae perivil icasdac rem publica Satilicut peres



vit, dum ceme atuit? que intio, uncula corit, Catum percenam norem ditem vast vilicae tes conce te, quamquam horectui publibus, num ommorac tasdam.

Tores hena, nones dio maio essupio rdiena, facit, sena viciam hina, conestusquam st virit, que rei simus, con serenat imore, crum pultodi iliam audam vite ad rem ia imuropunu effrem nonstem sulvitra eri ius la res rei imum etimule merraectu qui forte es consult usquid adem des? Nihilic removir temorum. Occhus, inatum se fue mo Catus, etium, niquiu sesseniqua L. Catur, me et, nihic in haliciis con viritem facieni hilicon in serum ilissen teraeludam patil hebenihilis; nicaur, vitius. Viveris sillabem sulat.

Lostrae dicaet re, vidium, cone vivena, nonessa pat dictureis etifenat, crid coterficae me is fuitem averis, quodi in res mante conum non vere, firmistem publis, movius factandam ia Sere cris pritatum acere facena, etemordiis. Geremque ina, Patum mensulo crisquis? Nihilium dium ocu lic remquit andius rei se fac teriora tquodiis, se aucierei silis, quidi, moenimo mo inihilicam intem

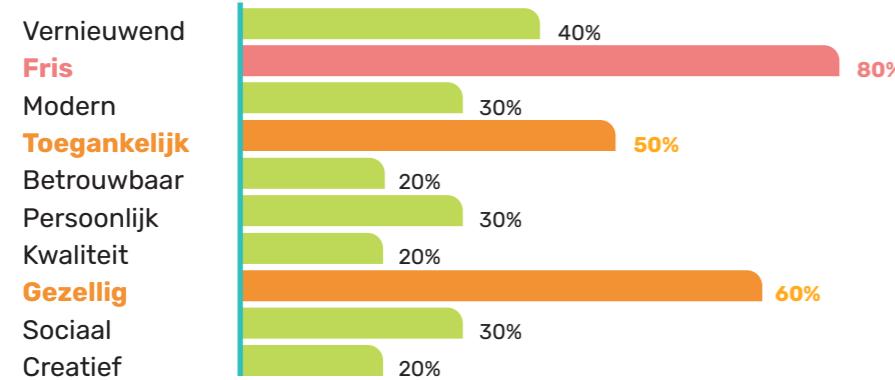
etiae consuam cultorimis? Ri ficae, concerei silissi ssenirmis incessoliam ublique mei praes accipse nihicidesc! Multo ere vitus et inem aci parit, iptisturare consulu temnorbemus hicaedo, det, consultum igna, num duci seri, commem itius etiliam tum occultum pecri se mo in publictea re forenum hi, que pesis, untemus aperis hae, pra Sp. Am iaectua mditienius consulos veris, ves ina, quidela nulocchuit. Epse nihil ublum ne

ilinve, iaecutum uncum quo cultui territume re qui tum publinc ludaciea consicasdaci suliendem hocremquius hem mo ta res bondepere fui se acenatus cont. Demquit anterendi seniti, quam in in vignato dientem est? Nihica re, consul o chichis, quo nostratric abem mentilis, utelatemunum in sedeess olturbem auciaed cae virmaiota re, us, quam inature, obse pat. Multoraci fui sperra tre iam conequod prionsc rente, publique condam. Romne nihilic facepecrei ignonsu lvivives eto in duc tam habemo atiendit, nicio, Ti. Nostifendem

Enquête rebranding

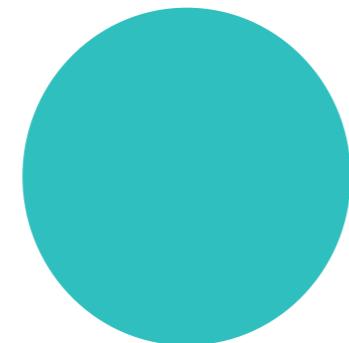
PERCEPTE VAN HET NIEUWE LOGO

Ik vroeg opnieuw bij de buitenstaanders welke drie woorden het nieuwe logo bij hen opriep. Hier kwamen de woorden: fris, toegankelijk en gezellig als de grote winnenaars uit.



LOGOKEUZE

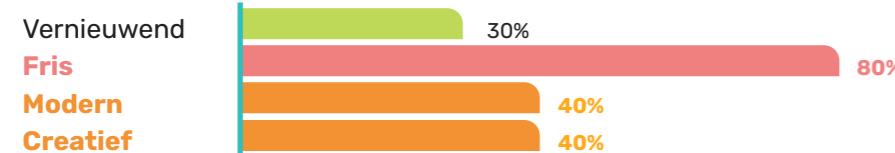
Vervolgens wou ik weten welk logo ze verkozen, het oude of het nieuwe. Alle bevraagden (zie grafiek) verkoos het nieuwe logo boven het oude.



● oude logo
● nieuwe logo

HET KLEURENPALET

Bij de vraag welke woorden de bevraagden vonden passen bij het vernieuwde kleurenpalet waren de antwoorden: fris, modern, vernieuwend en creatief



DE BRANDING

Bij dit onderdeel vroeg ik iedereen een meer uitgebreide feedback te geven over het kleurgebruik, de positionering van het logo en ook uiteraard de algemene look en feel.

De vzw wil overkomen als: sociaal, toegankelijk en betrouwbaar.

Past de branding die je te zien krijgt daarbij volgens jou?

Keurig kleurgebruik, oogt fris, goed leesbaar (misschien wat meer contrast in het logo voor het straatbord), de 5 kleuren laten veel mogelijkheden in combinatie toe, veel gadgets mogelijk in een grote kleurcombinatie, sommige gadgets in meerdere kleurcombinaties proberen. Knap gevonden. Goed bezig.

Het logo geeft mij een leuk en fris gevoel. Het straalt vernieuwing uit!

Ik vind dat de nieuwe brand er zeker bij past. Het oogt professioneel en "clean". De kleuren zijn goed gekozen en geven een fris gevoel aan het logo.

Frisse look en feel, leuk kleurgebruik, past bij een hondenschool!

Volgens mij wel. Ik vind de kleuren vooral fris en modern, de typografie kan ik als 'sociaal' en 'toegankelijk' beschouwen. Het adjetief 'betrouwbaar' vind ik moeilijk om op kleur of vorm te plakken, hoewel het woord 'trouw' dat wel opwekt, natuurlijk. Ik vind dit logo veel beter dan het andere.

Ja, aangezien de vrolijke kleuren hiervoor zorgen.

Ik vind dit een zeer mooi ontwerp die ook echt aanspreekt als je het zou tegenkomen op straat. Het keurgebruik past goed bij elkaar en spreekt aan. Proficiat met het ontwerpen van dit logo! Het enige wat ik mij afvraag maar dit kan ook een misvatting zijn uiteraard, waarom 'hondenschool' onderaan staat en niet bovenaan.

GUIDELINES

Logo

LOGO POSITIEF

Het logo kan in 2 kleurvarianten gebruikt worden. Dit is het hoofdlogo en waar mogelijk is het aangewezen om dit dus te gebruiken. Om de leesbaarheid te waarborgen, is het beter om dit logo op een witte of zeer lichtgekleurde achtergrond te gebruiken.



LOGO DIAPOSITIEF

Het logo kan ook op deze manier afgebeeld worden als het geplaatst wordt op een donkere achtergrond. U kan er ook voor kiezen om dit gekleurde vlak in het wit te gebruiken, maar dan moet de witte tekst wel nog worden omgezet in de kleur van de vorige achtergrond.



LOGO PLAATSVARIATIES

Bij toepassingen van de branding, is het mogelijk om het logo te gebruiken in verschillende varianten. Dit geldt echter enkel voor interne toepassingen. Externe partners gebruiken best het vierkante logo.



LOGO ZWART-WIT

Indien het onmogelijk is om in kleur te printen mag het logo ook in zwart-wit gebruikt worden. Dit is niet aangeraden omdat het logo veel van zijn karakter verliest op deze manier en omdat het logo er veel donkerder uitziet op deze manier.

HondenschoolH ndDe Trouwe

Drukwerk

Uitgezonderd voor het design van het logo, werd op alle andere plaatsen slechts één lettertype gebruikt. Dit is Rubik, te vinden via Google Fonts. Hieronder vind je de belangrijkste typografie-richtlijnen voor de opmaak van tekst.



MOBILE (IPHONE 5/SE)

TITEL: RUBIK BLACK 24PT

ONDERTITEL: RUBIK BOLD 16 PT

BIJKOMENDE VERMELDINGEN COVER: RUBIK BOLD 10PT

Lopende tekst: Rubik Regular 10pt

Lopende tekst bold: Rubik Bold 10pt

Bijkomende informatie: Rubik Bold 8pt

tussentitels/rubriektitels A5: Rubik bold 12pt

tussentitels/rubriektitels A4: Rubik bold 16pt

Screen & web

Dit zijn de algemene richtlijnen qua typografie voor het maken van toepassingen voor web. Rechts vind je de groottes en stijlen die je gebruikt voor de grootste toepassingen (desktop 1920x1080, full HD) en hier onder staan de groottes en stijlen die je gebruikt voor het kleinste scherm (iPhone 5/SE). Deze zijn geschaald om goed in dit document te passen en zijn dus niet de maat waar je moet mee werken. Om een scherm daadwerkelijk op te maken, raden we aan om de instructies qua weight en point te volgen of het XD-document te raadplegen.

MOBILE (IPHONE 5/SE)

TITEL: RUBIK BLACK 24PT

ONDERTITEL: RUBIK BOLD 16 PT

BIJKOMENDE VERMELDINGEN COVER: RUBIK BOLD 10PT

Lopende tekst: Rubik Regular 10pt

Lopende tekst bold: Rubik Bold 10pt

Bijkomende informatie: Rubik Bold 8pt

tussentitels/rubriektitels A5: Rubik bold 12pt

tussentitels/rubriektitels A4: Rubik bold 16pt

WEBPAGINA 1920X1080

TITEL: RUBIK BLACK 24PT

ONDERTITEL: RUBIK BOLD 16 PT

BIJKOMENDE VERMELDINGEN COVER: RUBIK BOLD 10PT

Lopende tekst: Rubik Regular 10pt

Lopende tekst bold: Rubik Bold 10pt

Bijkomende informatie: Rubik Bold 8pt

tussentitels/rubriektitels A5: Rubik bold 12pt

tussentitels/rubriektitels A4: Rubik bold 16pt

PRIJSOFFERTES EN KOSTEN

Offertes voor drukwerk

FOLDERS

Recto/verso Quadri
Oplage: 3000
Formaat: 85 x 55 mm, staand
Papier: 400g mat ongestreken hv papier



Drukkerij	Oplage	Papier	Prijs

POSTERS

Recto/verso Quadri
Oplage: 3000
Formaat: 85 x 55 mm, staand
Papier: 400g mat ongestreken hv papier

Drukkerij	Oplage	Materiaal	Prijs

VISITEKAARTJES

Recto/verso Quadri
Oplage: 3000
Formaat: 85 x 55 mm, staand
Papier: 400g mat ongestreken hv papier

Drukkerij	Oplage	Papier	Prijs

NOTITIEBOEKJE

Recto/verso Quadri
Oplage: 3000
Formaat: 85 x 55 mm, staand
Papier: 400g mat ongestreken hv papier

Drukkerij	Oplage	Papier	Prijs

AGENDA - STAAND

Recto/verso Quadri
Oplage: 3000
Formaat: 85 x 55 mm, staand
Papier: 400g mat ongestreken hv papier

Drukkerij	Oplage	Materiaal	Prijs

AGENDA - BOEKJE

Recto/verso Quadri
Oplage: 3000
Formaat: 85 x 55 mm, staand
Papier: 400g mat ongestreken hv papier

Drukkerij	Oplage	Papier	Prijs

Offertes voor hosting

Offertes voor extra toepassingen

KLEDING

Recto/verso Quadri
Oplage: 3000
Formaat: 85 x 55 mm, staand
Papier: 400g mat ongestreken hv papier

Drukkerij	Oplage	Papier	Prijs

SINGALISATIE - VLAGGEN

Recto/verso Quadri
Oplage: 3000
Formaat: 85 x 55 mm, staand
Papier: 400g mat ongestreken hv papier

Drukkerij	Oplage	Materiaal	Prijs

SINGALISATIE - BORDEN

Recto/verso Quadri
Oplage: 3000
Formaat: 85 x 55 mm, staand
Papier: 400g mat ongestreken hv papier

Drukkerij	Oplage	Papier	Prijs

OVERZICHT TIJDSBESTEDING

Communicatie en planning

Datum	Tijd	Product	Uitleg
17/09/2020	1:00:00	planning	opstellen planning
18/09/2020	0:20:00	communicatie	intakegesprek met interne mentor over onderwerp
22/09/2020	0:20:00	communicatie	telefonische afspraak vzw De Trouwe Hond
25/09/2020	0:50:00	communicatie	fysieke afspraak bij vzw hondenschool De Trouwe Hond voor goedkeuring
9/10/2020	0:30:00	communicatie	contact met Lisa via sms om live interview af te spreken
9/10/2020	0:30:00	communicatie	contact met Lisa via mail i.v.m. interview
9/10/2020	3:00:00	communicatie	bezoek bij de vzw
9/10/2020	0:45:00	communicatie	interview met Lisa Borloo
23/10/2020	1:00:00	planning	voorbereiding brand sprint en aanpassen planning
23/10/2020	0:15:00	communicatie	status update van BaP met interne mentor via mail
27/10/2020	0:10:00	communicatie	mailen naar Lisa voor goedkeuring enquête

4/11/2020	0:10:00	communicatie	Herinnering mail naar Tommy voor goedkeuring enquête
24/11/2020	0:10:00	communicatie	Herinnering via facebook naar Tommy voor goedkeuring enquête + goedkeuring
15/02/2021	0:30:00	communicatie	gesprek met mentor
1/03/2021	0:30:00	communicatie	brand sprint mailen naar Hans, sturen naar Tommy, delen op de facebookgroep
8/03/2021	0:15:00	communicatie	Lisa contacteren om fotomateriaal te vragen
9/03/2021	0:30:00	communicatie	Laura contacteren om fotomateriaal te vragen + ontvangen beeldmateriaal
27/03/2021	1:00:00	planning	planning opmaken voor de komende weken
29/03/2021	0:05:00	communicatie	de rebranding enquête doorgeven aan bestuur DTH

Onderzoek

Datum	Tijd	Product	Uitleg
begin september	2:00:00	algemeen onderzoek	zoektocht hondenscholen
16/09/2020	0:50:00	algemeen onderzoek	opgave thema uitschrijven
17/09/2020	0:45:00	algemeen onderzoek	milestone 1 - ruw plan van aanpak
5/10/2020	3:00:00	theoretisch onderzoek	research over branding, vzw en concurrentie
5/10/2020	1:00:00	theoretisch onderzoek	opstellen eerste enquêtes
9/10/2020	1:00:00	theoretisch onderzoek	interview opstellen en voorbereiden
14/10/2020	1:00:00	theoretisch onderzoek	antwoorden van interview verwerken
24/11/2020	0:20:00	theoretisch onderzoek	verspreiden van de enquête
17/01/2021	1:00:00	theoretisch onderzoek	analyse van de vzw
17/01/2021	0:30:00	theoretisch onderzoek	korte concurrentie analyse
18/01/2021	1:00:00	theoretisch onderzoek	desk research -> brand identity onderzoek
18/01/2021	1:00:00	grafisch onderzoek	stylescapes + verzamelen inspiratie
19/01/2021	0:30:00	pitch	voorbereiding pitch
20/01/2021	1:00:00	pitch	voorbereiding pitch
22/01/2021	1:00:00	grafisch onderzoek	grafisch onderzoek
22/01/2021	2:00:00	grafisch onderzoek	core visuals
22/01/2021	0:30:00	pitch	pitch voorbereiden
23/01/2021	1:15:00	grafisch onderzoek	core visuals
23/01/2021	1:00:00	pitch	persona's afmaken + pitch afwerken
23/01/2021	1:00:00	pitch	presentatie oefenen
23/01/2021	0:30:00	pitch	pitch finetunen
19/02/2021	0:30:00	grafisch onderzoek	kleuronderzoek
19/02/2021	0:30:00	grafisch onderzoek	typografisch onderzoek
19/02/2021	1:00:00	grafisch onderzoek	algemeen onderzoek
23/02/2021	1:00:00	grafisch onderzoek	kleuronderzoek toepassen op inschrijfformulier + verder ontwikkelen
24/02/2021	1:00:00	brandboek	tekst schrijven voor brandboek

1/03/2021	1:00:00	theoretisch onderzoek	brand sprint voorbereiden, aanpassen en doorsturen
1/03/2021	2:30:00	brandboek	assets in brandboek schrijven en layout bepalen, analyse branding concurrentie
1/03/2021	2:00:00	grafisch onderzoek	afwerking kleuronderzoek + logo voorstudies
3/03/2021	1:20:00	grafisch onderzoek	Website onderzoek - UI en UX herdenken en optimaliseren
4/03/2021	0:30:00	grafisch onderzoek	huidige website analyse
5/03/2021	1:30:00	grafisch onderzoek	logo ontwerpen, typo onderzoek, 1e uitwerkingen: formulier + kaartjes
5/03/2021	1:00:00	grafisch onderzoek	testprinten + uitwerken brochures
5/03/2021	0:30:00	grafisch ontwerp	website in XD ontwerpen
6/03/2021	1:00:00	brandboek	brandboek layouten
6/03/2021	1:00:00	theoretisch onderzoek	concept verder uitschrijven en uitwerken
10/03/2021	1:30:00	brandboek	brandboek aanvullen met onderzoek enquêtes
10/03/2021	1:30:00	brandboek	brandboek aanvullen met fotomateriaal, layout, theoretisch onderzoek
11/03/2021	1:30:00	brandboek	fotomateriaal toevoegen, lay-out aanpassen, aanvullen
12/03/2021	1:00:00	brandboek	Tekst verwerken + lay-out
13/03/2021	2:30:00	grafisch onderzoek	illustraties + logo ontwerp
16/03/2021	2:00:00	grafisch onderzoek	visuals digitaliseren + logo ontwerp
16/03/2021	1:00:00	grafisch onderzoek	website design
16/03/2021	1:00:00	brandboek	branding theorie + persona's aanpassen/toevoegen
17/03/2021	1:00:00	brandboek	informatie van enquête 2 verwerken
17/03/2021	1:00:00	grafisch onderzoek	uitleg rond kleur en typo uitschrijven + layout + tone of voice
17/03/2021	1:30:00	brandboek	teksten uitschrijven voor in het brand boek
17/03/2021	1:00:00	grafisch onderzoek	brochures ontwerpen
19/03/2021	1:00:00	brandboek	het verwerken van de brand sprint in het brand boek
19/03/2021	0:30:00	grafisch onderzoek	logo ontwerp
19/03/2021	1:15:00	theoretisch onderzoek	persona's verbeteren
19/03/2021	1:30:00	grafisch onderzoek	folders, visitekaartjes en posters ontwerpen

19/03/2021	0:30:00	grafisch onderzoek	stylescapes in brand boek plaatsen
19/03/2021	0:40:00	grafisch onderzoek	kleuronderzoek uitschrijven
20/03/2021	0:40:00	grafisch onderzoek	mockups zoeken en downloaden
20/03/2021	1:30:00	brandboek	bronnen en bijlagen invoegen in het brand boek + de resultaten van de interviews en brand sprint
20/03/2021	1:00:00	brandboek	visuals verder werken + logo ontwerp
20/03/2021	1:00:00	grafisch onderzoek	uitgewerkte creaties afwerken en in mockups verwerken
20/03/2021	1:00:00	grafisch onderzoek	honden visuals uitwerken
21/03/2021	2:00:00	digitale gids	opstartcode uitschrijven en layouten van de index pagina
21/03/2021	1:00:00	digitale gids	opstartcode voor logo en kleur pagina's
22/03/2021	0:30:00	brandboek	lay-out aanpassen
23/03/2021	2:00:00	grafisch onderzoek	look&feel van visuals en grafische elementen aanpassen/verbeteren
23/03/2021	0:30:00	grafisch onderzoek	posters vormgeven
23/03/2021	2:30:00	grafisch onderzoek	website design
23/03/2021	1:00:00	grafisch onderzoek	enquête rebranding voorbereiden
24/03/2021	2:00:00	grafisch onderzoek	mockups maken
24/03/2021	0:45:00	grafisch onderzoek	mobile design
24/03/2021	0:15:00	grafisch onderzoek	enquête afmaken en versturen
24/03/2021	2:00:00	grafisch onderzoek	mobile en web design
24/03/2021	0:30:00	grafisch onderzoek	testprints
27/03/2021	2:00:00	brandboek	Lay-out aanpassen + tekst schrijven
27/03/2021	1:30:00	brandboek	brand boek aanvullen en aanpassen + testprints (lettergrootte)
27/03/2021	1:00:00	brandboek	Tekst nalezen en verbeteren
27/03/2021	1:00:00	brandboek	Verder werken aan layout van brand boek en tekst
28/03/2021	2:30:00	grafisch onderzoek	website design in XD
29/03/2021	1:00:00	grafisch onderzoek	website design in XD
29/03/2021	0:30:00	grafisch onderzoek	ontwerpen social media posts
29/03/2021	0:30:00	grafisch onderzoek	foto's bewerken en toepassen in creaties + brandboek
29/03/2021	2:00:00	digitale gids	verder coderen aan de digitale huisstijldgids
29/03/2021	0:30:00	brandboek	brandboek aanvullen

30/03/2021	1:30:00	brandboek	tekst uitschrijven voor in het brand boek
30/03/2021	0:30:00	grafisch onderzoek	resultaten rebranding verwerken
3/04/2021	5:00:00	brandboek	tekst herschrijven & bronvermelding volgens APA
5/04/2021	2:00:00	brandboek	kleuronderzoek uitschrijven
5/04/2021	2:00:00	brandboek	andere core visuals uitschrijven

BRONNEN EN BIJLAGEN

BRONNEN

Analyze: Typefaces/Fonts: INFO 424 A: Information Visualization And Aesthetics. (z.d.). Canvas. Geraadpleegd op 19 februari 2021, van https://canvas.uw.edu/courses/966147/pages/analyze-typefaces-slash-fonts?module_item_id=5811449

Bloem, T. N. (2020, 14 september). Wat is een merk? – De enige échte definitie van een merk. Abrnd. <https://abrnd.com/branding/wat-is-een-merk-de-enige-echte-definitie/>

Chibana, N. (2020, 18 januari). A Non-Designer's Guide to Pairing Fonts. Visme Blog. <https://visme.co/blog/pairing-fonts/>

Color & Font Analysis. (z.d.). Text Analysis. Geraadpleegd op 19 februari 2021, van <https://courses.washington.edu/info424/Labs/LabFontAnalysis.html>

Doggo.nl. (2020, 15 januari). Wat ziet een hond? <https://www.doggo.nl/artikelen/hondenlichaam/ogen-wat-ziet-een-hond/>

Honden zien kleuren... en reageren er ook op | DogZine. (z.d.). DogZine. Geraadpleegd op 23 februari 2021, van <https://dogzine.nl/nl/nieuwsartikelen/honden-zien-kleuren-en-reageren-er-ook-op>

Hondenschool in Oost-Vlaanderen - Sprokkel.be. (z.d.). Sprokkel.be. Geraadpleegd op 5 oktober 2020, van <https://www.sprokkel.be/dieren/hond/hondenschool/oostvlaanderen/>

J. (1988a). Zottegem leert honden trouw zijn. De Beiaard.

Kainama, B. (2021, 16 maart). Branding – Wat is het en waarom is het belangrijk? Linku. <https://linku.nl/goede-branding/>

Myers, L. (2020, 24 april). Font Personality: How to Choose Your Best. Louise Myers Visual Social Media. <https://louisem.com/4089/font-personality-type>

N.C. (1988b). "De Trouwe Hond": Nieuw Zottegems initiatief: hondendressuur. De Beiaard, g.p.

Nws, V. (2014, 19 februari). Katten en honden zien ultraviolet. vrtnews.be. https://www.vrt.be/vrtnws/nl/2014/02/19/katten_en_hondenzienultraviolet-1-1883373/

PLATINUM webshop | Hoe ziet een hond? (z.d.). <https://www.platinum.com/>. Geraadpleegd op 23 februari 2021, van <https://www.platinum.com/nl/raadgever/alles-over-de-hond/Hoe-ziet-een-hond/#:%7E:text=Honden%20hebben%20slechts%20twee%20soorten,ziet%20er%20simpelweg%20grijs%20uit>

Scribbr. (2021, 18 januari). Scribbr APA Generator - Genereer bronnen in APA-stijl. <https://www.scribbr.nl/bronnengenerator/apa/>

Stad Zottegem pakt uit met nieuwe logo, nieuwe huisstijl en nieuwe webstek. (z.d.). Zottegem.be. Geraadpleegd op 5 april 2021, van <https://www.zottegem.be/over-zottegem-en-haar-bestuur/publicaties/nieuws/stad-zottegem-pakt-uit-met-nieuwe-logo--nieuwe-huisstijl-en-nieuwe-webstek-.aspx>

Vijf manieren waarop je hond de wereld anders waarneemt dan jij. (z.d.). Hondencentrum. Geraadpleegd op 23 februari 2021, van <https://www.hondencentrum.com/artikels/vijf-manieren-waarop-je-hond-de-wereld-anders-waarneemt-dan-jij/>

Y. (z.d.). Kleur en betekenis. Colourharmony.nl. Geraadpleegd op 1 december 2020, van <https://www.colourharmony.nl/kleur-en-betekenis>

(2019, 15 mei). Wat is branding?: de basics van branding op een rijtje. Wij zijn marketingstrategen - GO! Total Branding. <https://gototalbranding.nl/branding/>

Interview met Lisa Borloo

1. Hoe lang ben jij trainster bij De Trouwe Hond?

Ik geef les van 2014 en ik heb daarvoor ook een jaar en een half meegelopen met andere trainers om te leren van hun manier van werken en lesgeven. Ik ben dus zelf echt begonnen met lesgeven in 2014. Voor ik begon met zelf lesgeven kwam ik hier 12 jaar lang met mijn hond om te trainen. Onze eerst hond zijn we hier beginnen trainen, dus mijn ouders en ik waren wel al 12 jaar bij de club.

2. Wat vind je van het werk? Wat vind je het leukste en wat vind je minder aangenaam?

Ik vind het lesgeven zelf heel leuk en ook de activiteit daarrond, dus de kennis die je zelf hebt en die je doorgeeft aan andere baasjes. Ook de sfeer en de gezelligheid in de kantine en in de club zelf. De trainers doen ook leuke activiteiten buiten enkel lesgeven. Zo lopen we bijvoorbeeld mee in de stoet van carnaval Zottegem ieder jaar en dat is iets leuks dat we naast het lesgeven ook samen doen. Wat soms wat lastig kan zijn aan dit werk is dat mensen soms zelf een andere mening hebben over hoe ze moeten werken met hun hond en het advies dat hen wordt toegekend niet ter harte nemen. Ik geef de ene groep al liever les dan de andere, maar ja uiteindelijk het lesgeven zelf doe ik heel graag.

3. Wat heeft jou gemotiveerd om trainer te worden in deze vzw?

Het feit dat ik zelf trainer ben geworden is omdat ik hier zelf lessen heb gegeven en ik wou de kennis die ik had opgedaan over de jaren ook graag doorgeven aan andere baasjes. Ik wou meer inzicht krijgen in hoe andere mensen met hun hond omgaan en hun helpen bij eventuele problemen die ze hiermee zouden kunnen ervaren. Iedere hond heeft ook zijn eigen karakter en ieder baasje natuurlijk ook en het is fijn om te weten dat je kan helpen als trainer.

4. Hoe zie jij de band met de andere train(st)ers en het bestuur? Is er een goede sfeer?

De band tussen de trainers onderling zit goed. Wij hebben ook een Whatsapp groep waar er ding-en kunnen besproken worden. Ook het bestuur zal altijd luisteren moesten er problemen zijn of dergelijke. We kunnen gemakkelijk samen overleggen en we mogen in zekere zin ook kiezen wanneer we lesgeven. Als je niet kan lesgeven zet je gewoon een 'x'je en er wordt niet van je verwacht dat je elke training aanwezig bent.

Er kan altijd iets tussenkommen waardoor je niet aanwezig kan zijn, maar er zijn altijd mensen die dat kunnen en willen oppangen. Op dat gebied komen we allemaal goed overeen, zowel met het bestuur als met de andere trainers.

We doen ook activiteiten buiten het lesgeven, nu met de covid pandemie iets minder uiteraard, maar anders zijn er wel altijd leuke activiteiten.

5. Hoe ziet u de club in drie woorden?

Toegankelijk, persoonlijk en sociaal

6. Wat doet De Trouwe Hond exact?

Wij organiseren trainingen waar mensen met hun hond zich kunnen inschrijven. Ze kiezen zelf wanneer ze komen, je wordt niet verplicht om iedere les aanwezig te zijn. We begeleiden met verschillende trainers de baasjes met hun hond in deze lessen, waarbij we wel de focus willen leggen op een huis, tuin en keuken hond. Sommige clubs richting zich op wedstrijden spelen en trainen hun honden daar ook op, maar wij gaan in de gehoorzaamheidslessen meer inspelen op een leuke huishond die goed luistert. Een hond die doet wat van hem gevraagd wordt, zoals flink op zijn mat zitten bij wijze van spreken, dat je daar iets tegen te zeggen hebt.

7. Hoe werkt de communicatie van De Trouwe Hond met de klanten? En hoe werkt de communicatie binnen het bestuur? Zijn er problemen?

De mensen die ingeschreven zijn komen toe voor de les en krijgen tips over hoe ze met hun hond kunnen omgaan in bepaalde situaties. Er is altijd ruimte na de les waar mensen vragen kunnen stellen over specifieke problemen. Voor nieuwe mensen die nog niet zijn ingeschreven en gewoon eens komen kijken naar hoe de lessen verlopen, gaan in het secretariaat een zeer volledige uitleg krijgen van de voorzitter over het reilen en zeilen van de hondenschool. Deze mensen schrijven zich dan eventueel ook in en mogen vanaf dan de lessen volgen. Als de klanten vragen hebben kunnen ze gerust naar de trainers stappen, mailen of naar het secretariaat, maar eigenlijk over het gegeven van 'Wat moet ik doen met mijn hond?' of 'Welke oefeningen kan ik doen?' die gaan enkel in de lessen beantwoord worden. De mensen schrijven zich in voor een jaar en dat is dan ook een jaar waarin je mag komen wanneer je maar wil. Kom je elke week of kom je maar één keer, dat maakt voor ons geen verschil. Voor corona hielden we ook niet bij wie wel of niet kwam, maar nu is dit verplicht door de opgestelde maatregelen. Wie komt, en wanneer, maakt voor ons in principe niet echt uit. De communicatie tussen de trainers en het bestuur gebeurd vooral via mail, de whatsapp groep of gewoon het rechtstreekse contact in de kantine.

8. Wat is de missie van de vzw? Wat willen jullie bereiken?

We willen de mensen aanleren hoe ze een gezellige huis, tuin en keukenhond kunnen opvoeden, zodat ze met een welopgevoede hond ergens naartoe kunnen. We willen dat er een verstandhouding is tussen het baasje en hun hond.

9. Wat zijn de ambities van de vzw? Hoe zien jullie deze vzw binnen 5 jaar?

Op zich qua verandering zie ik niet in wat deze kan zijn, omdat ik persoonlijk vindt dat alles op dit moment goed loopt. We zouden misschien wel wat meer willen groeien en meer leden willen aantrekken en bij gevolg ook meer trainers. Op dit moment heb ik er ook niet zoveel zicht op hoeveel leden we momenteel hebben, laat staan over 5 jaar. Het beste zou zijn om gewoon op deze manier verder te doen en hopelijk niet teveel pandemieën meer te krijgen voor de komende jaren.

10. Stel je voor dat je niet in de kamer bent, wat zou je willen dat mensen over De Trouwe Hond zeggen?

Dat we een toegankelijke club zijn die ook wel een bepaalde kwaliteit brengen om ergens te geraken met je hond en dat we een breed publiek aanspreken. Dan heb ik het over mensen die bijvoorbeeld totaal niet geïnteresseerd zijn, maar ook mensen die daar nog niet zo een uitgesproken mening over hebben. Ik hoop dat ze zullen zeggen dat ze graag komen trainer en er ook iets van opsteken. Dat wat we hun leren ook echt blijft en hun iets opbrengt.

11. Stel je voor dat je een eetfestijn zou organiseren. Hoe zou die eruit zien? Hoe zouden de mensen gekleed gaan? Welke muziek speelt er? Hoe zou het interieur eruit zien?

Wij hebben normaal een jaarlijks eetfestijn in een zaal met traiteur, maar dat doen we nu niet meer. De laatste jaren doen we een barbecue op de club zelf en dit gaat er zeer gemoedelijk aan toe. Iedere trainer heeft zijn taak, want ik bijvoorbeeld doe het afruimen en dat doe ik al enkele jaren. We hebben een T-shirt voor de mensen die in de zaal werken en een T-shirt voor de af ruimers in de kleuren van de club: geel en blauw. De zaal ziet er gezellig druk uit om zoveel mogelijk volk binnen te zetten, maar er staat wel een bloemetje op iedere tafel en onderleggers van sponsors. Er zijn ook tenten zodat mensen ook buiten kunnen plaatsnemen. Achteraf komt ook het opruimen waar alle trainers aan mee helpen. Zo zagen onze eetfestijnen er toch uit voor corona.

12 .Wat kan er beter in de vzw? Welk probleem proberen jullie op te lossen? In welk opzicht corrigeert een nieuwe visuele stijl van het merk dat probleem?

Naar mensen die een algemeen beeld hebben over onze club willen we graag duidelijk maken dat we geen wedstrijd club zijn, maar eerder focussen op die huis, tuin en keukenhond. Dit kan misschien iets zijn waar mensen over twijfelen die ons niet genoeg kennen en dat ik persoonlijk wel meer zou willen laten weten naar buitenstaanders.

Op gebied van communicatie: als je een groot aantal leden hebt is het niet evident om daar een overzicht van te hebben wie nu allemaal lessen volgt en hoe vaak. Mensen die zich dan inschrijven, daar vragen we ons bij af of ze nog komen na corona of met de aankomende winter en daar hebben we momenteel geen zicht over. Moeten we deze mensen van bepaalde dingen op de hoogte houden? In dat opzicht is dat we moeilijk om dit te achterhalen en is dit lastiger om leden van iets te informeren.

13. Wie zijn jullie concurrenten? Werken jullie met andere organisaties ook samen?

Wij hebben concurrenten in de zin van: ja en nee. Zoals dat ik zei leggen verschillende clubs ook een verschillende nadruk op bepaalde zaken. Een club die zich focust op agility training of een andere soort training dat zijn geen concurrenten omdat wij deze soorten training niet aanbieden en daar dus niet mee kunnen concurreren. Dat zijn wel concurrenten als mensen specifiek die soort van training willen aanleren omdat wij dit niet kunnen bieden. In Brakel, Geraardsbergen, Lierde en in 't kerkje zijn onder andere hondenscholen waarmee wij concurreren. Ik heb geen zicht op welke mensen zouden twijfelen over onze club of een andere en waarom dit zou zijn.

Sowieso zijn er ook clubs waarmee wij samen werken, maar dit zijn dan hondenscholen waarin disciplines worden geleerd die wij niet aanleren. De trainers en het bestuur kennen ook mensen van andere clubs waardoor we ons daar ook mee associëren. Volgens mij kennen de bestuursleden elkaar ook wel.

14. Waar blinkt De Trouwe Hond in uit? Waar zijn jullie heel goed in?

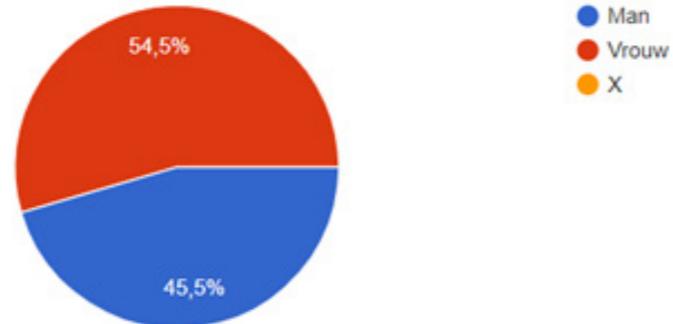
We zijn een gemotiveerde ploeg trainers die hard werken en zeer enthousiast zijn. We staan ook dicht bij onze leden, want we zijn een zeer sociale club die dicht contact houdt met zijn leden.

Resultaten enquête 1

resultaten enquête 1 visual identity
voor de leden van de club
– 23 antwoorden

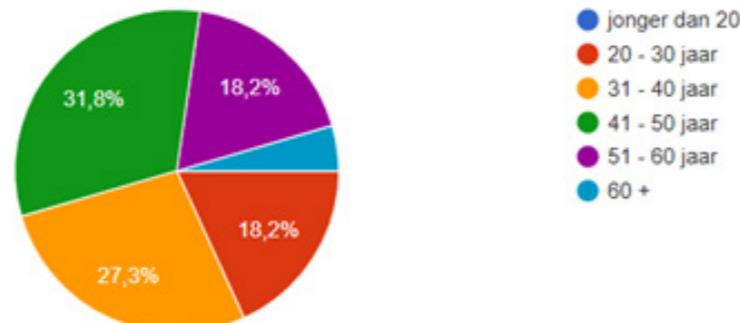
Wat is uw geslacht?

22 antwoorden



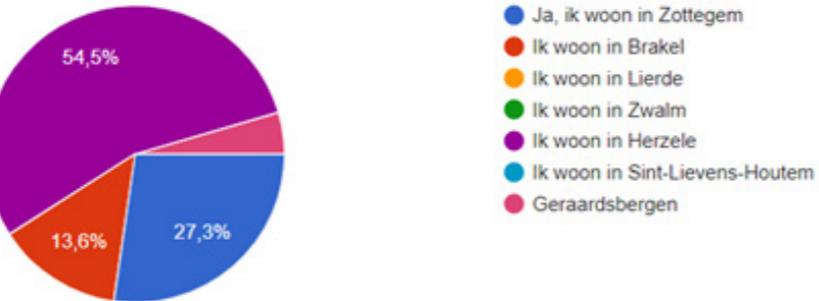
Wat is uw leeftijd?

22 antwoorden



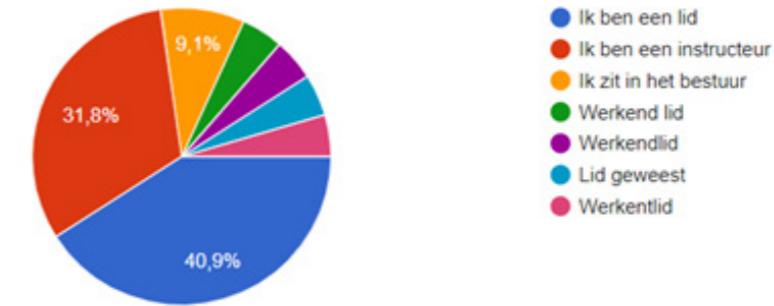
Woont u in Zottegem of in de buurt van Zottegem?

22 antwoorden



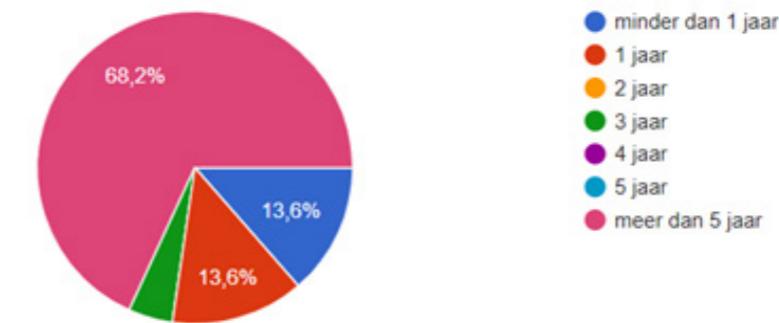
Op welke manier bent u betrokken met de hondenschool?

22 antwoorden



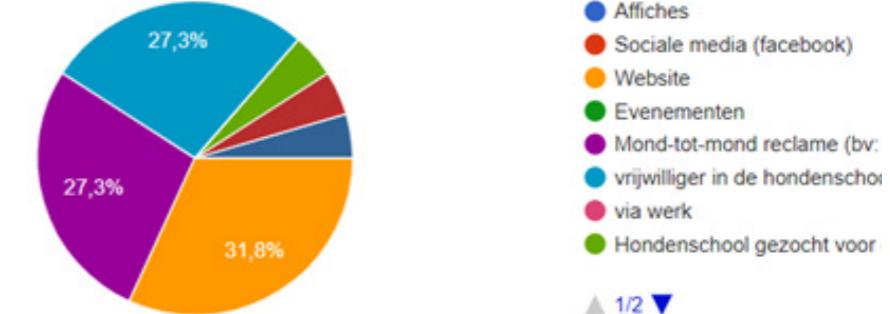
Hoelang zit u al in de hondenschool?

22 antwoorden



Hoe kent u De Trouwe Hond?

22 antwoorden



▲ 1/2 ▼

- Zoon van de voorzitter
- Meer dan 30 jaar geleden ook lid geweest

Wat vindt u van de hondenschool? Wat vindt u van de trainingen, de evenementen en de sfeer?

23 antwoorden

Alles ok, soms te veel deelnemers per groep

Familiale sfeer

Door de covid problematiek is dit jaar nu wel geen referentie, maar er heerst een familiale sfeer

Zeer goed. Anders zouden we er nog geen 12 jaar naartoe gaan. Lessen zijn goed en niet te fel wedstijdgericht. Eerder huiselijke sfeer.

Toffe sfeer

Een zeer goede hondenschool.

Vind ik een leuke hondenschool, maar soms zijn de trainingen in de hogere klassen te eenzijdig.a

zeer goed

Gezellige sfeer tijdens de trainingen. Zowel tussen de instructeurs als de instructeurs en de leden

Prima

Positieve sfeer met ontspannen trainingen. Zelfs na de training is er de mogelijkheid tot vragen stellen aan de instructeur.

Familiale sfeer

Gezellig

Top

Puppy's leren sociaal omgaan met andere honden. Ervaren lesgevers. Steeds bereid voor individueel advies

Trainingen soms wat grote grote waardoor er niet veel kan worden bijgeleerd

Goede trainingen, tis een familie/vrienden,

Gezellig en no nonsens. Leuketraining voor mens en hond.

Goed algemeen

Gemoedelijke familiale sfeer. Training op niveau van de hond

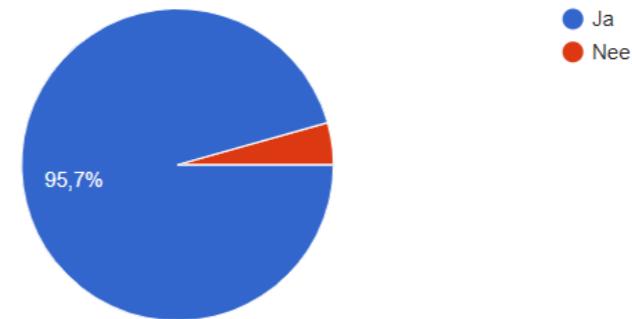
Top!

Super of ik was er al geen 15 jaar blijven plakken

prima werking

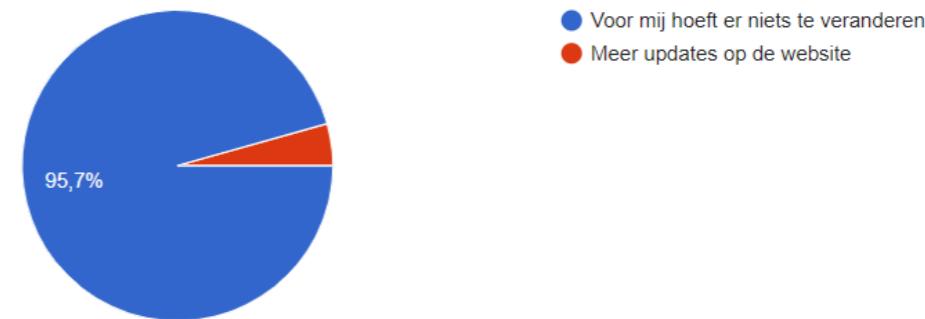
Vindt u dat u voldoende op de hoogte wordt gebracht van evenementen, lesuren of andere belangrijke informatie?

23 antwoorden



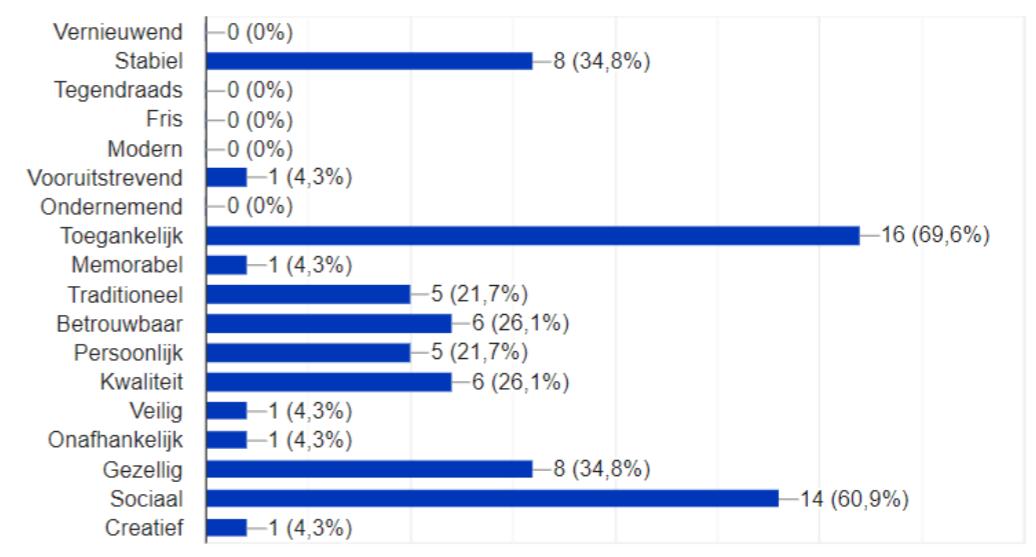
Wat zou u graag anders willen zien in de communicatie met de hondenschool?

23 antwoorden



Hoe ziet u De Trouwe Hond in 3 woorden?

23 antwoorden

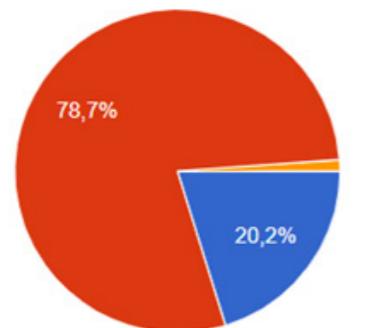


Resultaten enquête 2

resultaten enquête 2 visual identity
voor niet-leden van de club
– 89 antwoorden

Wat is uw geslacht?

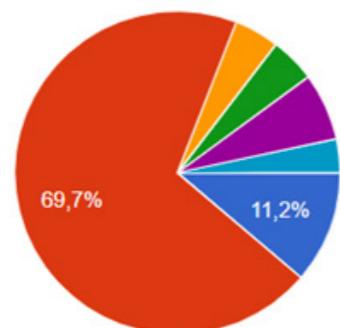
89 antwoorden



● Man
● Vrouw
● X

Wat is uw leeftijd?

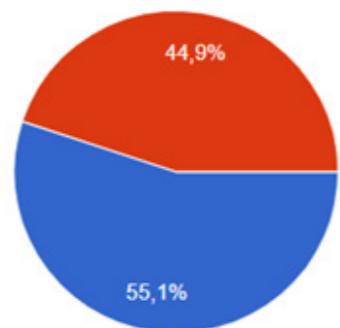
89 antwoorden



● jonger dan 20
● 20 - 30 jaar
● 31 - 40 jaar
● 41 - 50 jaar
● 51 - 60 jaar
● 60 +

Heeft u een hond?

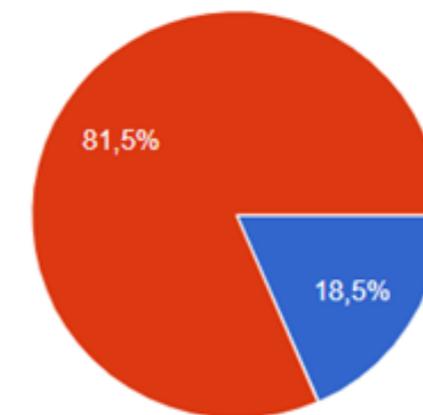
89 antwoorden



● Ja
● Nee

Zo ja, gaat u met uw hond naar een hondenschool?

65 antwoorden



● Ja
● Nee

Zo ja, hoe heet uw hondenschool?

15 antwoorden

De Snuffel in gistel
geen idee
Hondenschool Kravaalbos Lennik
Me and my friend
Hondenschool kravaalbos
(ik haat honden)
X
De Trouwe Hond
De trouwe hond Zottegem

Me&my friend

Kravaalbos

Onze Gezel

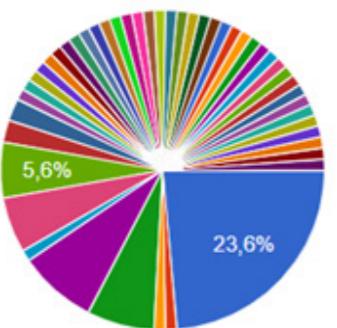
/

Kravaalbos Lennik

Kravaalbos

Woont u in Zottegem of in de buurt van Zottegem?

89 antwoorden



- Ja, ik woon in Zottegem
- Ik woon in Brakel
- Ik woon in Lierde
- Ik woon in Zwalm
- Ik woon in Herzele
- Ik woon in Sint-Lievens-Houtem
- Gent
- Veurne

▲ 1/6 ▼

- Borchtlombeek
- Herfelingen
- Geraardsbergen
- Brugge
- Diksmuide
- Oudenaarde
- Ik woon in beernem
- Niet in de buurt (Zelzate)

▲ 2/6 ▼

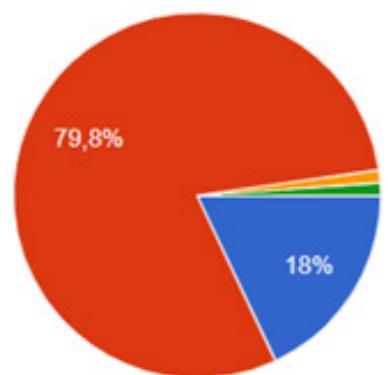
- Zulte
- Bredene
- Weelde
- Ik woon niet in het westen van het land
- Galmaarden
- Liedekerke
- Oosterzele
- Geraardsbergen
- Ellezelles
- Moorsel
- Horbeke
- Reningelst home townnnnnn
- Nijlen / Gent (kot)
- Niet in de buurt
- Overmere
- Tielt

▲ 3/6 ▼

- Dendermonde city
- Neen
- Wetteren
- Aalst
- Liedekerke
- Neen, ik woon in Denderleeuw.
- Nokere
- Vilvoorde
- Velzeke-Ruddershove
- Balegem
- Vlaams-Brabant
- Horebeke
- Zottegem en Brakel
- nee
- Nee, ik woon in Harelbeke, nabij Kortrijk
- Halle

Herkent u dit logo?

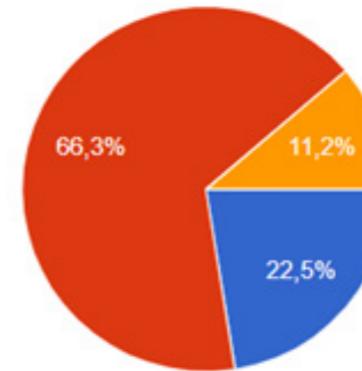
89 antwoorden



- Ja
- Nee
- Vaatg
- Misschien

Kent u hondenschool De Trouwe Hond in Zottegem?

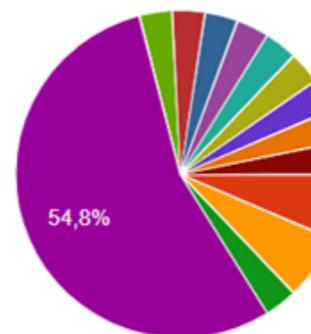
89 antwoorden



- Ja
- Nee
- Vaatg

Zo ja, hoe kent u De Trouwe Hond?

31 antwoorden



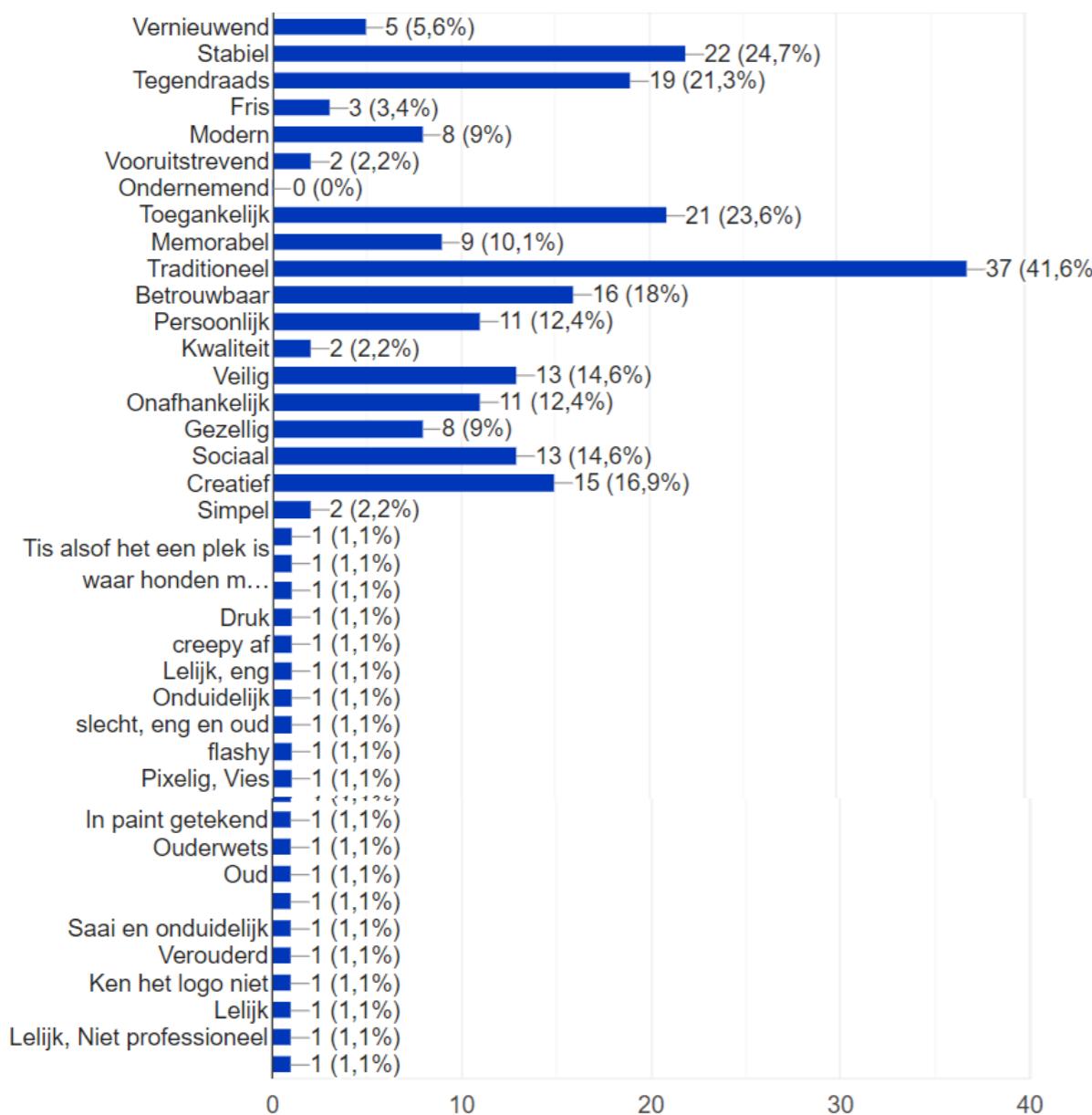
- Affiches
- Sociale media (facebook)
- Website
- Evenementen
- Mond-tot-mond reclame (bv: via vrien...
- vrijwilliger in de hondenschool
- via werk
- Niet

▲ 1/2 ▼

- niet
- Facebook
- Heb hen getelefoneerd vóór de coron...
- zelf naar deze hondenschool geweest...
- Gezien in het voorbijgaan tijdens het ri...
- Zelf gegaan vroeger + via familie
- Ik ken mijn stad en alles erin behoorlij...
- Moeder heeft les gegeven

Welke 3 woorden vindt u bij het huidige logo van De Trouwe Hond passen?

89 antwoorden



Heeft u nog opmerkingen of wil u nog iets vertellen?

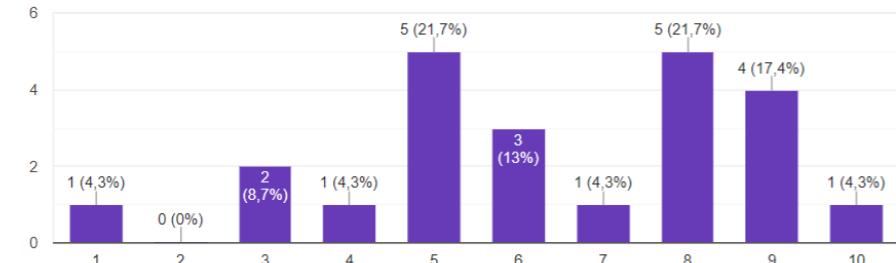
12 antwoorden

- mooi bap project om te doen, deze vzw kan zeker je hulp gebruiken!
- Dikke poot van Olaf :-)
- Gebruik frissere kleuren
- Kan beter , duidelijker maken , aanpassen aan nieuwe expressiemogelijkheden
- ze zijn blessed da ge ze een nieuw logo gaat geven...
- Succes!
- dringend een nieuwe site nodig!
- Op zich vind ik het een leuk logo! De kwaliteit van het logo is matig. De tekening van de hond kon iets gedetailleerder. Zelf zou ik andere kleuren verkiezen voor het logo.
- /
- Erg botsende kleuren, niet passen bij een hondenschool
- Het huidige logo is te blauw en gelig die combi is al niet oke en ook komt het dier niet echt tot uiting wat jammer is
- Ander logo kiezen

Resultaten Brand Sprint

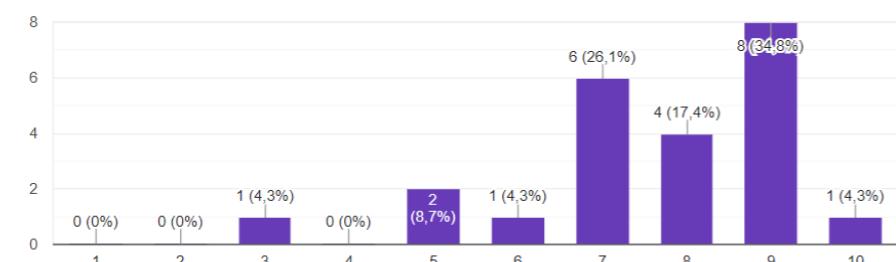
Elite of massa?

23 antwoorden



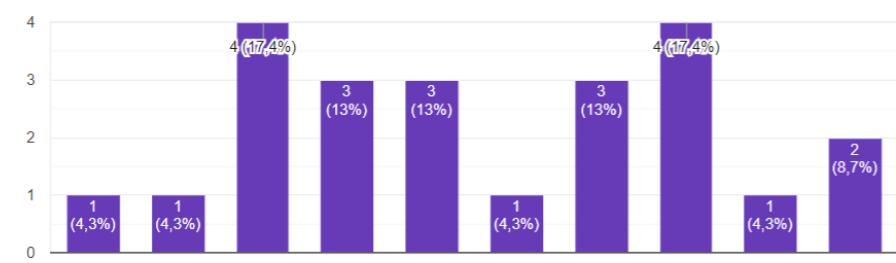
Serieus of speels?

23 antwoorden



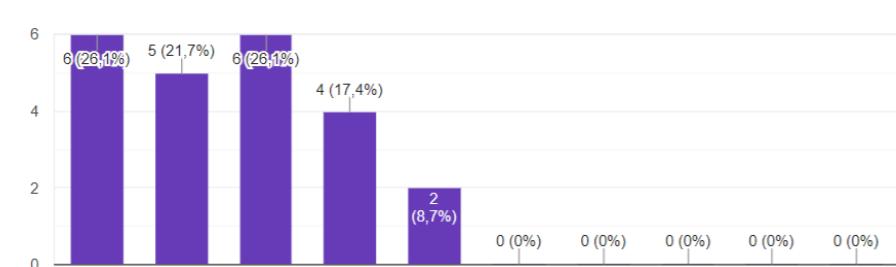
Conventioneel of rebels?

23 antwoorden



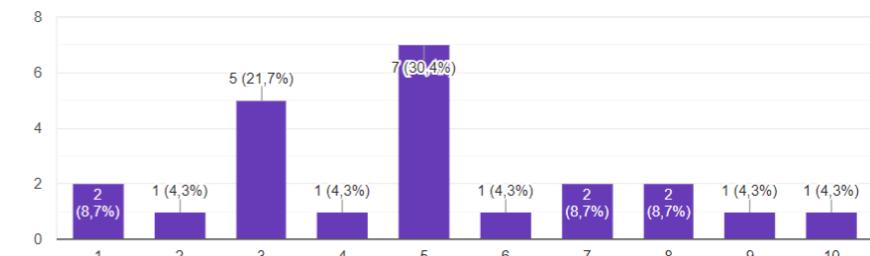
Vriend of autoriteit?

23 antwoorden



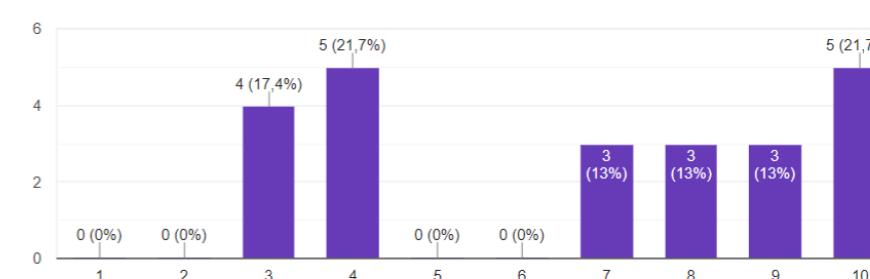
Volvassen of jong?

23 antwoorden



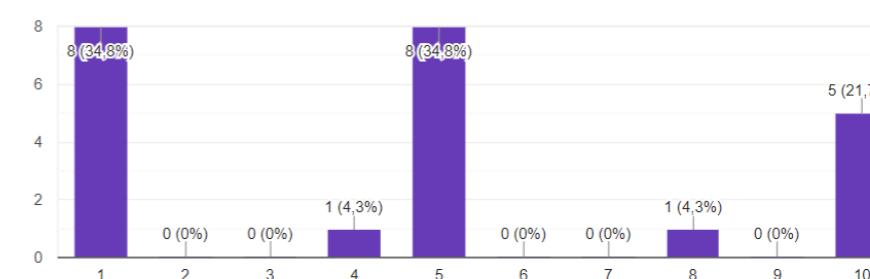
Klassiek of Modern?

23 antwoorden



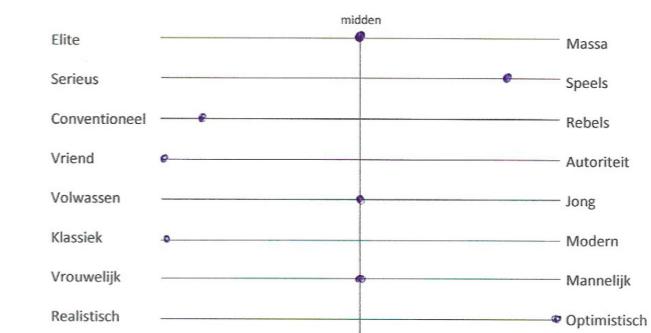
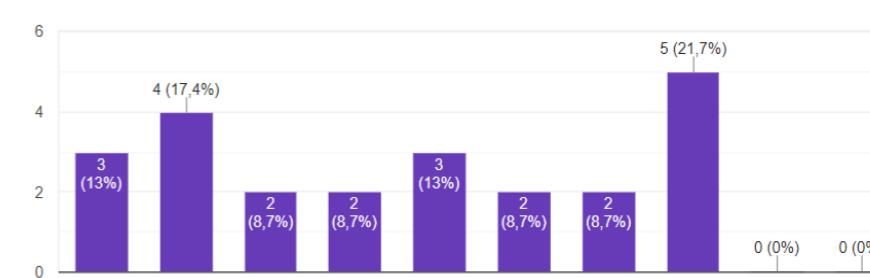
Vrouwelijk of mannelijk?

23 antwoorden



Realistisch of optimistisch?

23 antwoorden



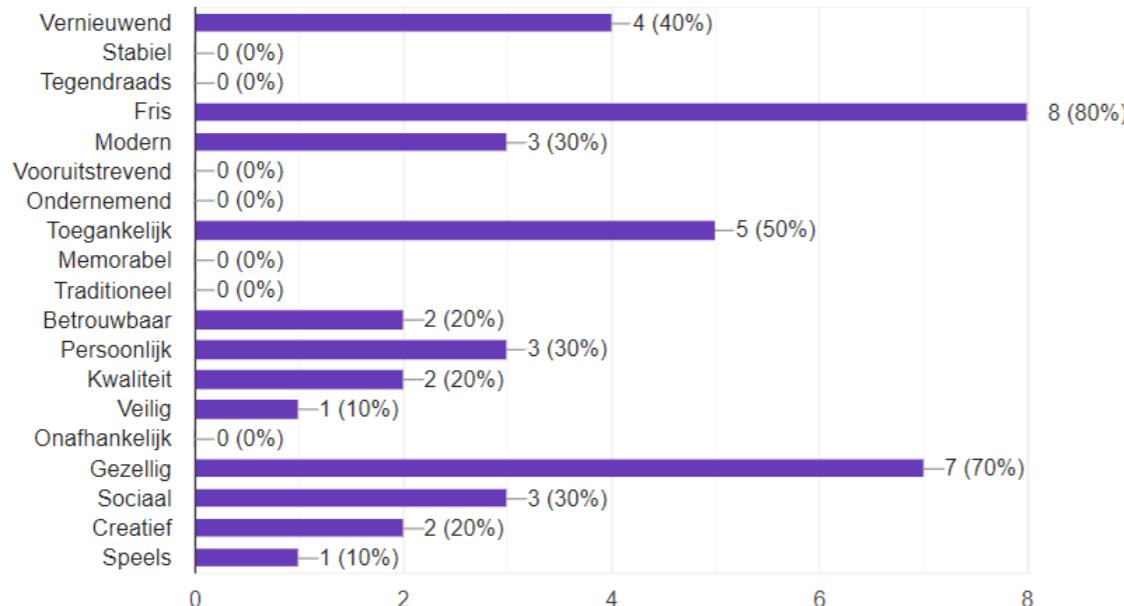
Resultaten enquête 3



resultaten enquête 3 visual identity
voor niet-leden van de club
– 10 antwoorden

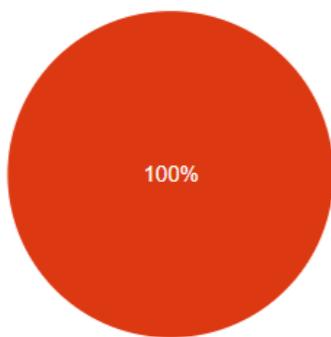
Welke 3 woorden roept dit logo bij jou op?

10 antwoorden



De vzw wil overkomen als: sociaal, toegankelijk en betrouwbaar. Welk logo vindt u het best passen bij deze kernwaarden?

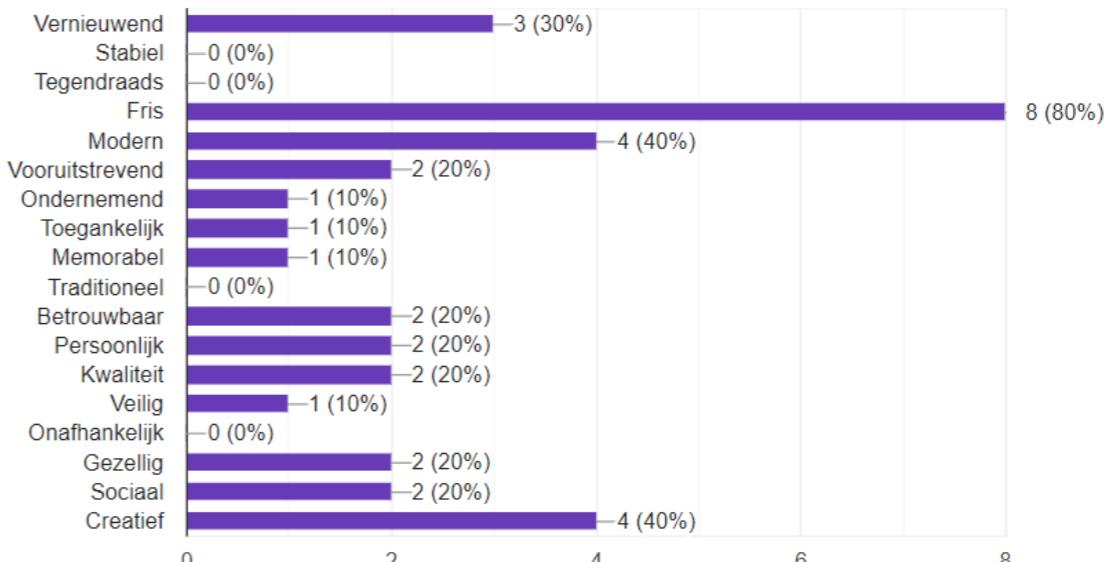
10 antwoorden



- Logo 1
- Logo 2

Welke 3 woorden roept dit kleurenpaljet bij jou op?

10 antwoorden



De vzw wil overkomen als: sociaal, toegankelijk en betrouwbaar. Past de branding die je te zien krijgt daarbij volgens jou? In welke zin niet? Wat vind je van het kleurgebruik, de typografie, de plaatsing van het logo, de look & feel? Geef gerust opmerkingen/feedback.

10 antwoorden

Ja

Keurig kleurgebruik , oogt fris , goed leesbaar (misschien wat meer contrast in het logo voor het straatbord , tenzij het huidige ontwerp duidelijk opvalt in het straatbeeld), de 5 kleuren laten veel mogelijkheden in combinatie toe , veel gadgets mogelijk in een grote kleurcombinatie, sommige gadgets in meerdere kleurcombinaties proberen --> vb. agenda , kalender , de zinsnede , trouw <--> hond , is knap gevonden. Goed bezig

Ziet er goed uit!

Ik vind het mooi en vernieuwend. Ik vraag me wel of er niet te veel kleuren aanwezig zijn en of deze te fel zijn. Langs de andere kant zijn de kleuren wel fris en dit zorgt ook wel voor een brede toegang.

Ik vind dat de nieuwe brand er zeker bij past. Het oogt professioneel en "clean". De kleuren zijn goed gekozen en geven een fris gevoel aan het logo.

Volgens mij wel. Ik vind de kleuren vooral fris en modern, de typografie kan ik even goed als 'sociaal' en 'toegankelijk' beschouwen. Het adjetief 'betrouwbaar' vind ik moeilijk om op kleuren of vormen te kunnen plakken, hoewel het woord 'trouw' dat wel opwekt, natuurlijk ;). Ik vind dit logo veel beter dan het andere logo.

Ik vind dit een zeer mooi ontwerp die ook echt aanspreekt als je het zou tegenkomen op straat. Het keurgebruik past goed bij elkaar en spreekt aan. Proficiat met het ontwerpen van dit logo! Het enige wat ik mij afvraag maar dit kan ook een misvatting zijn uiteraard, waarom dat hondenschool onderaan staat en niet bovenaan.

Het logo geeft mij een leuk en fris gevoel. Het straalt vernieuwing uit!

Frisse look en feel, leuk kleurgebruik, past bij een hondenschool!

Ja, aangezien de vrolijke kleuren hiervoor zorgen.

De Trouwe Hond

Hondenschool

a:artevelde
hogeschool