

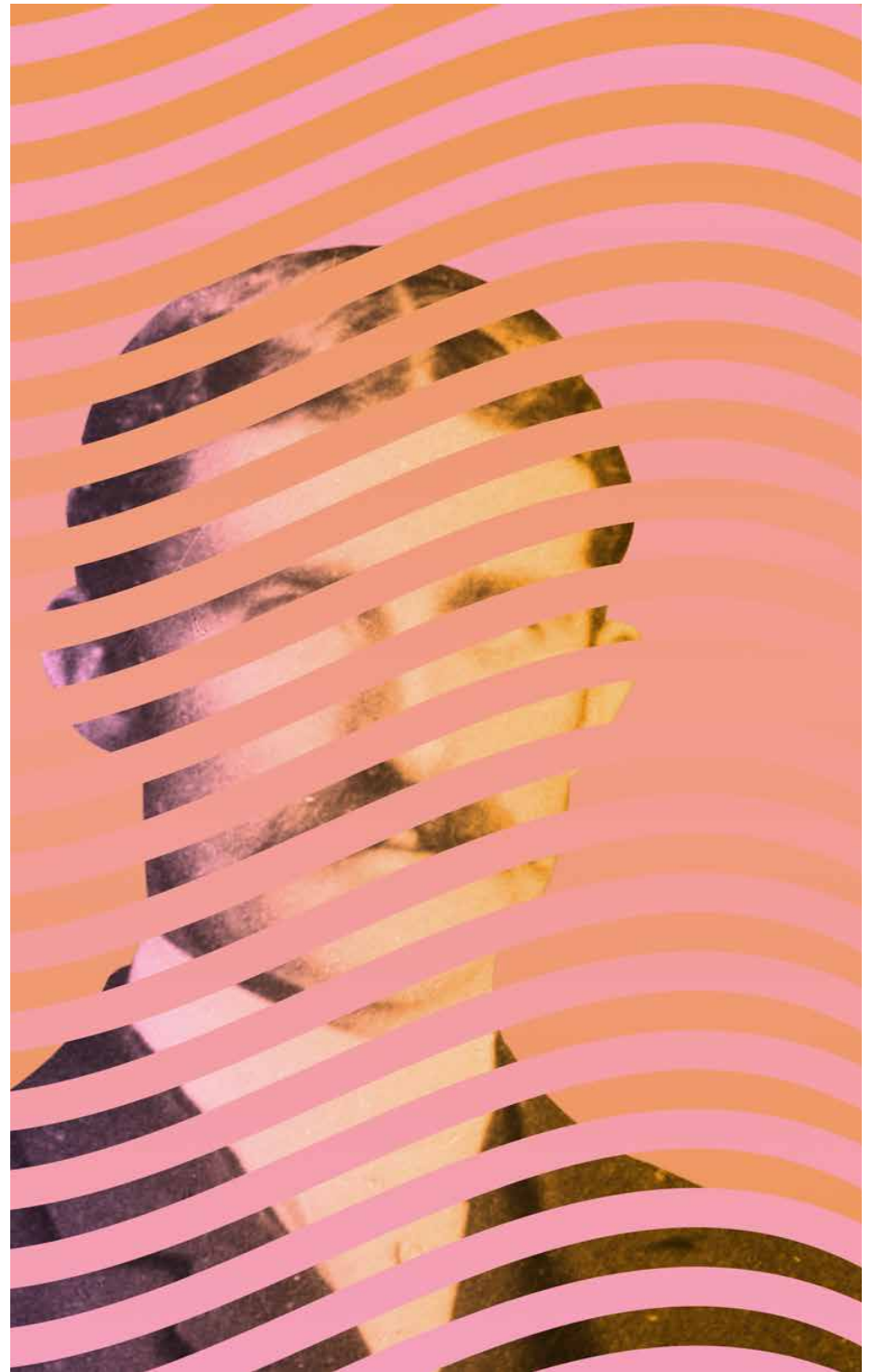


Tim van Tergouw
grafisch en ruimtelijk ontwerper

tim@timvantergouw.nl
www.timvantergouw.nl
06 206 79 006

 timvntrgw

You made me boogie
in my head, 2019





Vrij werk

- Attractieconcept 'Savonette' 16
- Attractieconcept 'Wing Coaster Spoorbijster' 26
- Attractieconcept 'Aurora'/'Polaris' 38
- Kleurenonderzoek 'Kameleon' 52
- Nieuwe beelden maken nieuwe verhalen 74

Logo- en huisstijlontwerp

- Logopediepraktijk Snoek 142
- Optica Consultancy 150
- Solide Werkgeversadvies 156

Studiegerelateerd werk

- Bevrijdingsfestival Vrededop 2014 10
- Visueel advies aan de Rechtspraak 60
- Posterwedstrijd Graphic Matters Festival 2018 68
- Stageverslag Grafisch Lyceum Utrecht 92
- Afspiegeling: een subtiele identiteit 98
- Eefje: ze is overal, maar nooit waar je hoopt dat ze is 108
- Van onzichtbare waarde 112
- Lettertype-ontwerp 'Parallelweg 21' 116
- Activeringscampagne 'Wees een vent' 118
- Fletcher Hotels 128
- O-utrecht 134



Hey jij daar. Aangenaam!

Ik ben Tim en als geboren en getogen Utrechter, de bakermat van Dick Bruna's Nijntje, Gerrit Rietvelds stoel en graffiti-artiest Kabouter (KBTR), streef ik naar een overzichtelijk, uitgesproken en aantrekkelijk ontwerpershandschrift, waarbij het vertellen van een verhaal en het aanspreken van meerdere zintuigen erg belangrijk is. Op dit moment studeer ik Grafisch|Ruimtelijk Ontwerp aan AKV|St.Joost in 's-Hertogenbosch, waar ik sinds midden 2018 ook woon.

Met een voorliefde voor drukwerk en typografie probeer ik continu meer verhaal, diepgang en gelaagdheid in mijn werk toe te laten, waarbij ik inspiratie haal uit de alledaagsheid en details van het leven, de natuur en werk van andere makers. Als ontwerper hoop ik de wereld mooier te maken door verhalen te vertellen met een boodschap die aan- en binnenkomt, waardoor de toeschouwer de werkelijkheid even vergeet of zich er juist meer bewust van is.

In mijn portfolio, met werk van 2014 tot vandaag de dag, geef ik een inkijk in mijn werkproces en eindwerken, waardoor je mij als persoon ook beter leert kennen.

Tim

Bevrijdingsfestival Vredepop 2014

Tijdens mijn studie aan het Grafisch Lyceum Utrecht kreeg ik de opdracht om, naar aanleiding van het feestjaar 2013, waarin 300 jaar 'Vrede van Utrecht' werd gevierd, een soortgelijk festival voor 2014 te organiseren rondom Bevrijdingsdag.

Het festival Vredepop zou, in mijn concept, worden gehouden in één van de grootste parken die Utrecht rijk is: het Griftpark nabij het centrum van de stad. Het park zal worden omgetoverd tot een totaalbeleving: als bezoeker waan je je in 1945, waarbij de bevrijders van Utrecht zich klaarmaken voor de laatste slag. Met muziek, foodtrucks, acteurs en vrijwilligers in themakleding is Vredepop een festival én Bevrijdingsdag om nooit meer te vergeten en de vrijheid nog meer op waarde te kunnen schatten.

Tim van Tergouwe, 2013
Conceptpresentatie 'Vredepop'

Concept

LEGERBASIS VAN DE VREDE

• **Legerbasis**
Terrin sul worden opgebouwd als legerbasis met tenten

• **Legerkleding**
Medewerkers en vrijwilligers dragen aangepaste legerkleding

• **Bevrijd op 7 mei door de Engelsen en Canadianen**
'Verhaal wordt Nederlandse, Duitse 'Wits' en Frans

Tim van Tergouwe, 2013
Conceptpresentatie 'Vredepop'

Kleurenpalet en typografie

• **Natuurlijke kleuren**
Kleuren komen 'direct' uit de natuur, gebaseerd op camouflage

VREDEPOP VREDEPOP VREDEPOP VREDEPOP VREDEPOP VREDEPOP VREDEPOP VREDEPOP VREDEPOP VREDEPOP VREDEPOP VREDEPOP VREDEPOP VREDEPOP VREDEPOP

• **Natuurlijke kleuren**
Kleuren komen 'direct' uit de natuur, gebaseerd op camouflage

Tim van Tergouwe, 2013
Conceptpresentatie 'Vredepop'

Conceptlogo

• **Iconen Griftpark**
Icoon van het logo is abstracte weergave van het Griftpark

• **Conceptlogo**
Met bijpassende typografie en Griftpark als icoon

We gaan terug naar 1945.

Nederland is bedolven onder de Duitse natie en Hitler is nog altijd de opperbevelhebber. Onze driekleur hangt nog lang niet buiten en er is een drastisch tekort aan voedselbonnen. De geheime radio's staan boven op zolder, verstopt achter een dubbele wand.

Ver buiten Utrecht, op heuvels en velden, proberen de bevrijders naar Utrecht te trekken en deze stad ook te bevrijden. Waar wij nu de bevrijding vieren op 5 mei, werd Utrecht op 7 mei bevrijd door de Britten en Canadezen. De vlaggen gingen uit!

De vrede in Nederland bestaat, allen zijn we vrij. Utrecht is al jaren bevrijd van de Duitsers en dat mogen wij niet vergeten, daarom gaan we nog één keer terug naar toen. Middenin de stad zal Vredepop verrijzen, in het Griftpark, op steenworpafstand van en met uitzicht op de Domtoren. Hoe de bevrijders het ooit ook zagen. Daar vieren wij een dag lang de vrede, op de Legerbasis van de Vrede.

De bezoekers wanen zich op een échte legerbasis, anno 1945. Op toegangswegen naar het festival staan legertrucks en hangen Britse en Canadese vlaggen. Er speelt afwisselend onheilspellende en vreugdevolle muziek uit goed weggewerkte boxen. De toegangspoorten van Legerbasis van de Vrede zijn 'zwaarbeveiligd' en er lopen medewerkers in imitatielegerkleding rond. Ze vragen aan de bezoekers of zij 'de dokter die ze nodig hebben' zijn en of de Duitse soldaten al opgepakt zijn. Het gras is platgetrapt en platgereden door de legervoertuigen welke over het terrein staan verspreid. Uit verschillende trucks zal eten en drinken worden verkocht. De volledige signing van het festival vindt plaats in Nederlands, Engels en Frans.

Het festivalgebied is volledig omheind met bouwhekken met camouflageprint en het festivalhart is een grote tent, waarin zal worden opgetreden. Legertenten huisvesten de verkoop van food en non-food artikelen en EHBO, met bijpassend rood kruis. Naast verschillende foodstandjes is er, voor een luchtigere blik op het festival en ter entertainment, ook een schiettent en andere spellen aanwezig.

Vrede vier je samen, daarom is één podium op het terrein waarschijnlijk niet voldoende. Dankzij het formaat van het park, en de waterpartij middenin, kan er een diversiteit aan opbouw en volume ontstaan, waardoor je probleemloos alle kanten op kunt lopen.



VREDEPOP
VERS LA DE OORLOG

12 + 13 JULI ■ GRIFTPARK
ALPHABEAT
GO BACK TO THE ZOO
EEFJE DE VISSER
KENSINGTON
JACQUELINE GOVAERT

**BEKIJK DE VOLLEDIGE LINE-UP
EN KOOP TICKETS VIA WWW.VREDEPOP.NL**

OOK IN 2014 VIERT UTRECHT DE VREDE



OOK IN 2014 VIERT UTRECHT DE VREDE

Met grote feesten op pleinen, bruggen en tunnels door de stad vierde Utrecht in 2013 de Vrede van Utrecht. Ook dit jaar, 301 jaar na de tekening van de Vrede van Utrecht, viert Utrecht de vrede. Dit jaar met het twee-daags festival Vredepop, middenin de stad. Middenin het Griffpark. Versla de oorlog en vier de vrede. Ook in 2014.

DAG 1

Het festivalterrein opent om 12:00 uur en sluit een uur na het einde van het laatste optreden

12:30 Emile Landman
14:00 Eefje de Visser
16:30 Kensington
18:30 Jacqueline Govaert

DAG 2

Het festivalterrein opent om 12:00 uur en sluit een uur na het einde van het laatste optreden

12:30 The 1975
13:30 Kill All Hipsters
15:00 Go Back To The Zoo
18:30 Alphabeet

Kijk voor meer informatie en de volledige line-up op www.vredepop.nl

Dagticket €5 • Weekendticket €10
Toegang voor alle leeftijden



WEEKENDTICKET WEEKEND TICKET BILLET WEEK-END

€10

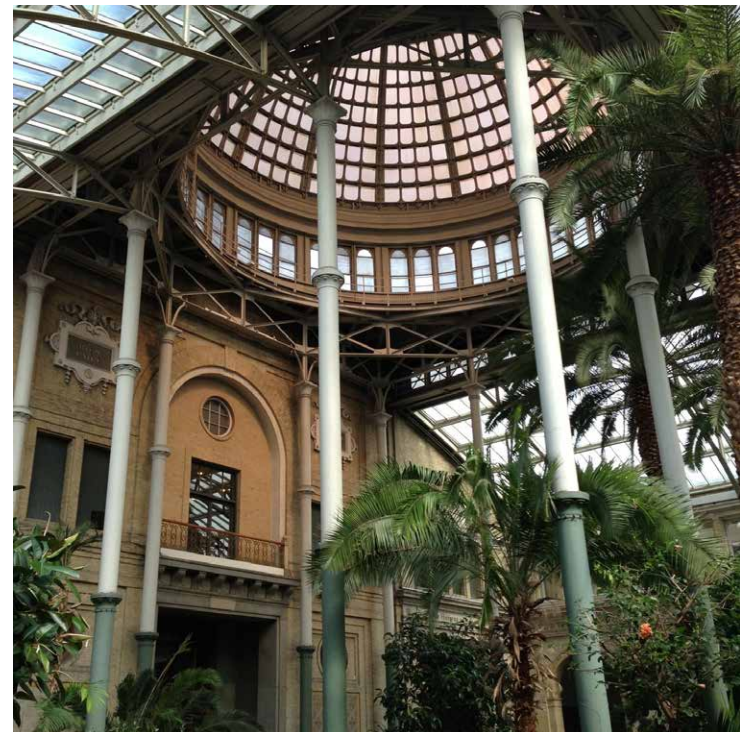
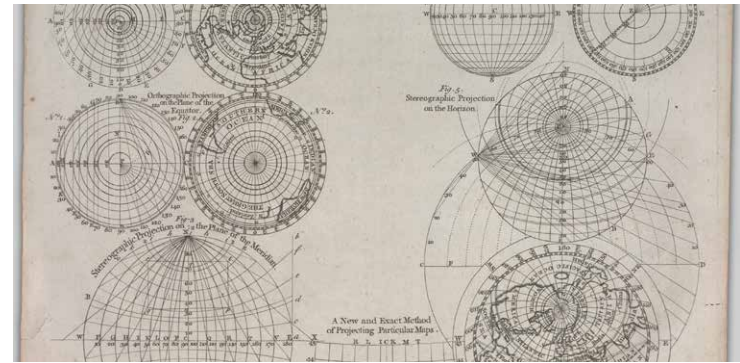
Neem altijd je legitimatie mee!
VREDEPOP WEEKENDTICKET
Utrecht viert de Vrede

zaterdag 12 + zondag 13 juli 2014

Laat dit ticket beide dagen bij de toegang scannen met ons ticket scanner met deze joes dans. Laissez scanner de billet deux jours dans le baladeur scanner van het festivalterrein naar u bij bereiding van het festivalterrein, gediend door akkoord met de Algemene Voorwaarden, getoond door de Gemeente Utrecht, te vinden op de website www.vredepop.nl

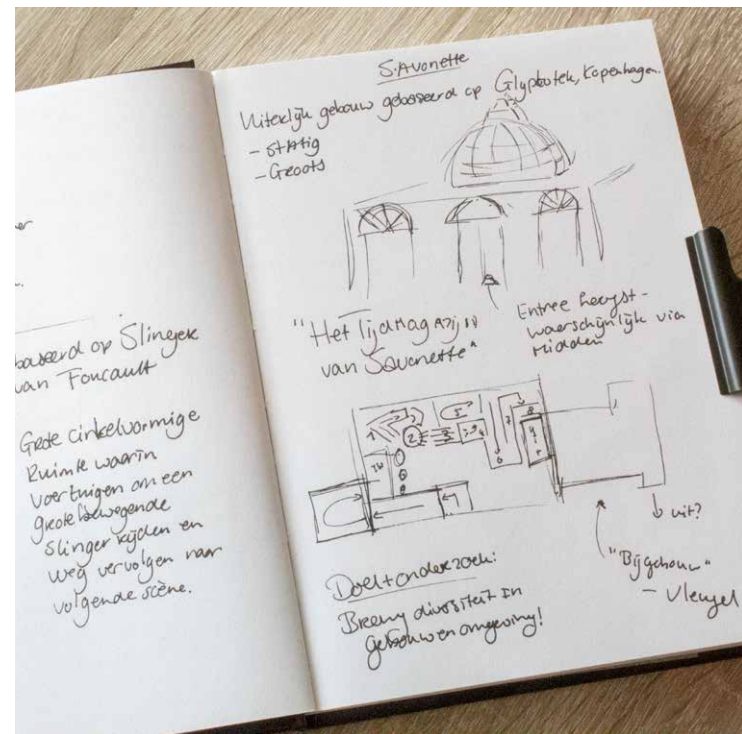
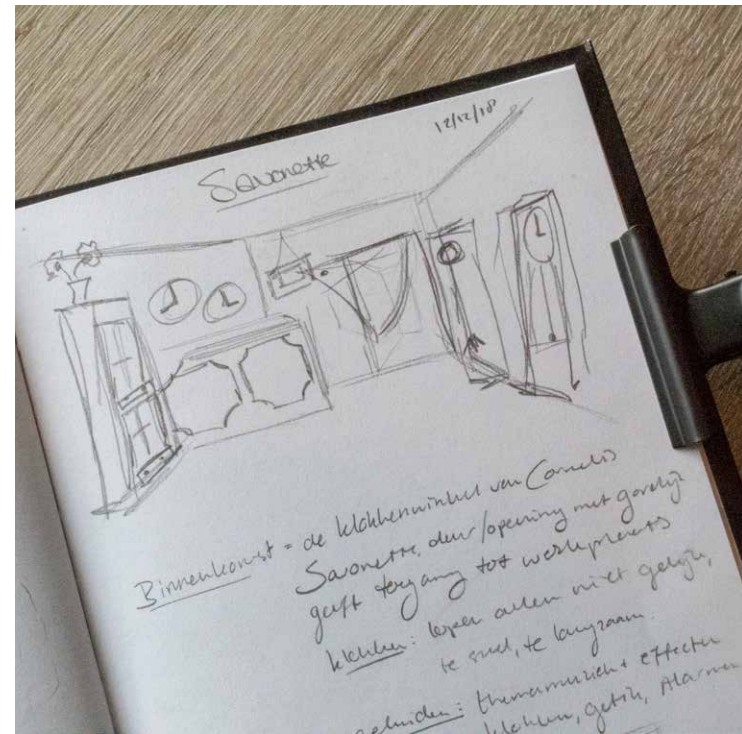
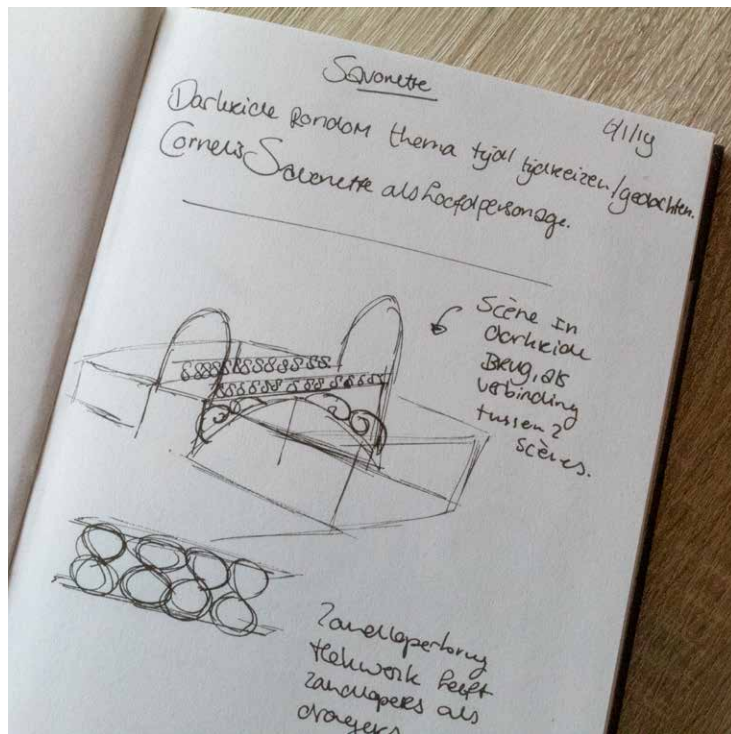
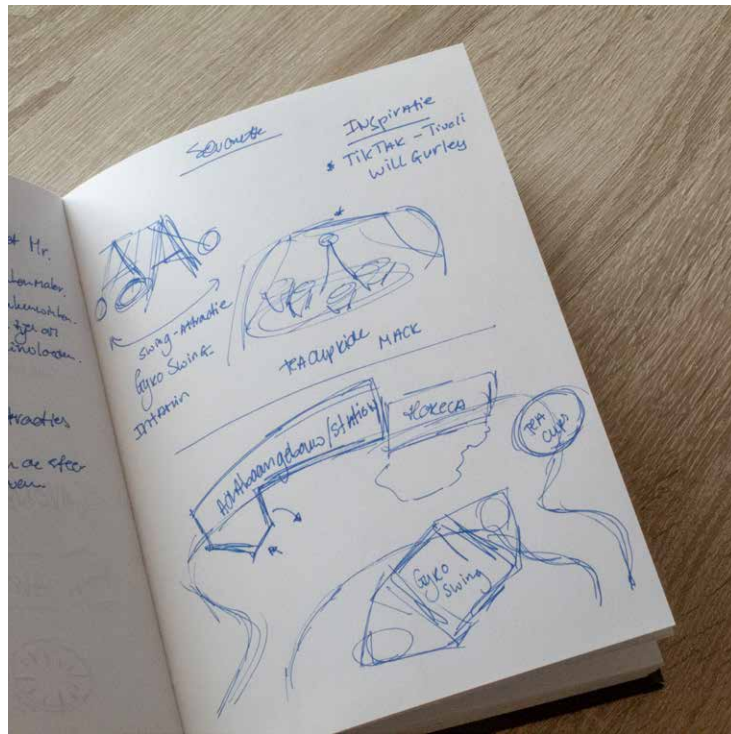
TOEGANGSKAART
ACCESS CARD
CARTE D'ACCÈS

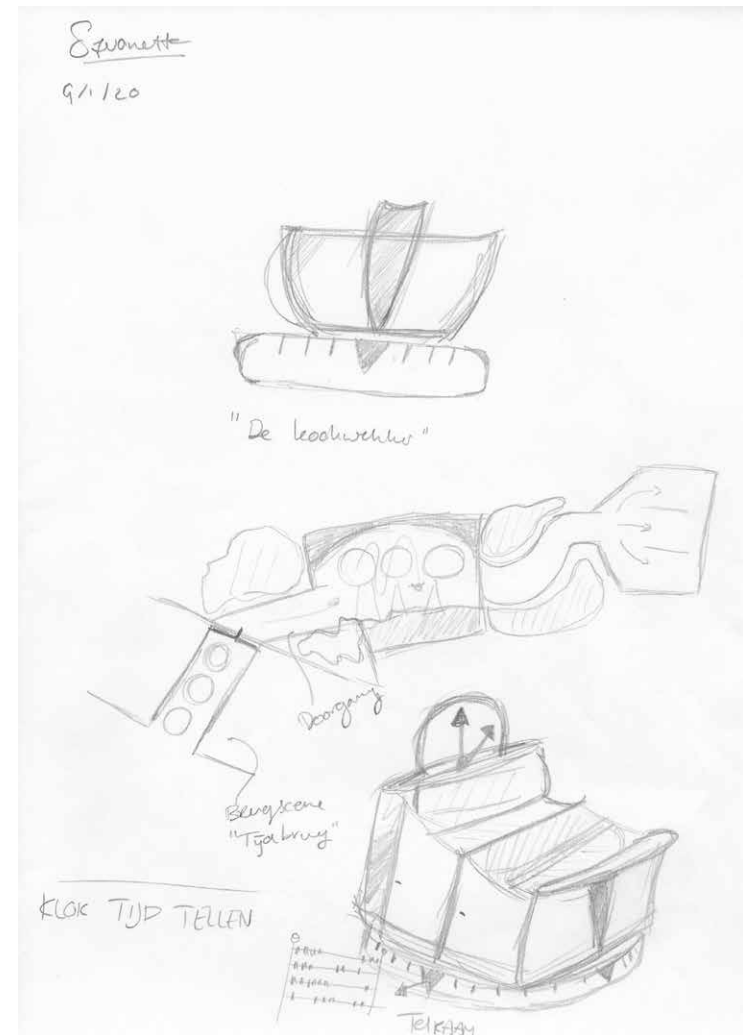
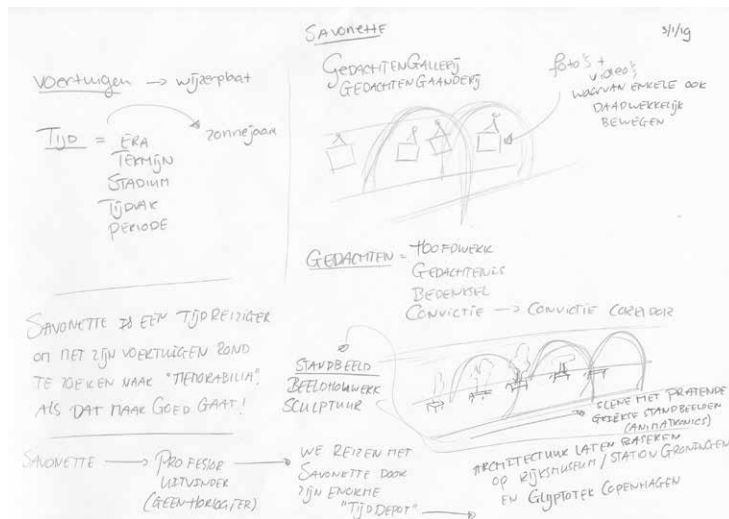
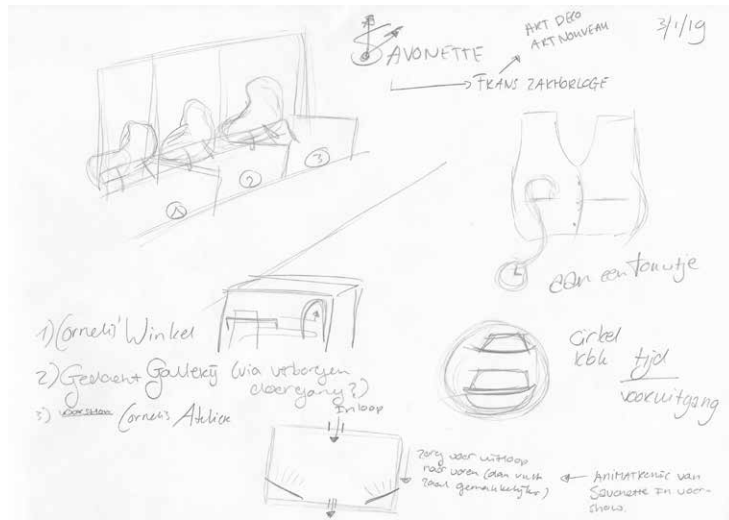
Commissie Utrecht, pepsi, Heineken logos



HORLOGIER
SAVONETTE

SAVONETTE





Attractieconcept 'Wing Coaster Spoorbijster'

Wanneer stationschef Arend, vernoemd naar één van de twee eerste stoomlocomotieven die in 1839 over het Nederlandse spoor reden, besluit om in een afgelegen gebied een station en spoorlijn te bouwen, wordt zijn plan strijdvaardig tegengewerkt door de Witte Wieven, welke verschijnen uit het stoom. In dit attractieconcept zet je een stap middenin het verhaal van Arend, waar je via een wandeling door het rijkelijk gethematiseerde stationsgebouw, met haar Wachtruimtes en Plaatsbewyzen Loketten, algauw ontdekt dat zijn grootheidswaanzin uiteindelijk zijn ondergang is geworden. De Witte Wieven behoeden met magische krachten het grondgebied voor kwaad van menselijke hand en zorgen ervoor dat Arend zijn logische besef kwijtraakt en voor eeuwig het spoor bijster is.

Sinds 2014 werkte ik actief aan mijn eerste 'attractieconcept', waarbij de realisatie van de Efteling-attractie Baron 1898 een belangrijke inspiratiebron vormde. In dit concept heb ik een soortgelijke verhaallijn vertaalt naar een nieuw concept, met een ander hoofdpersonage en verhaalverloop, om zo te experimenteren met het vertellen van een verhaal op een voor mij onbekend formaat en manier.

*Stationschef Arend, door waanzin gedreven,
bouwde een station en spoorlijn, zo staat beschreven*

*Hij kocht een stuk grond en bouwde vlug door,
zijn uitzinnige plannen kregen ruimschoots gehoor
Arend zag plots gouden bergen in het verschiep,
maar één ding, dat wist hij toen nog niet*

*Het station kreeg snel vorm en ontstond,
al kwam de spoorlijn maar niet van de grond
Algauw maakte Arend iedereen wijs,
de spoorlijn zou er komen, tegen iedere prijs
Alle mensen bogen hun hoofden en gingen akkoord,
Arend had vrij spel, kon werken ongestoord*

*Zijn plan, zo duister, zwart en slecht
was een spoorlijn zonder bochten, gewoon recht*

*Maar al snel, tussen damp van rook en stoom verscheen,
wat niet veel later terug in de wolken verdween
Voor zijn ogen maakten de dampen hem wijs,
zijn toekomst was onzeker, zo grauw en zo grijs
De dampen maande hem tot stoppen en tot rust,
zij waren tegen zijn goudkoorts en onverbiddelijke lust*

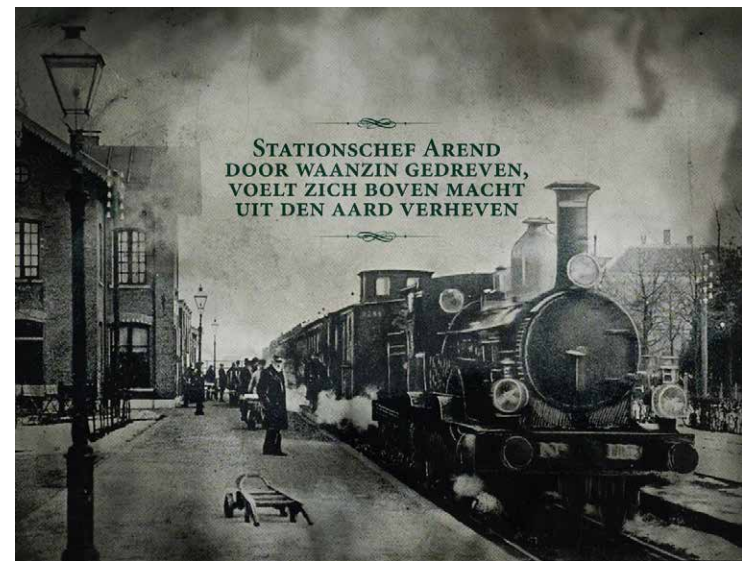
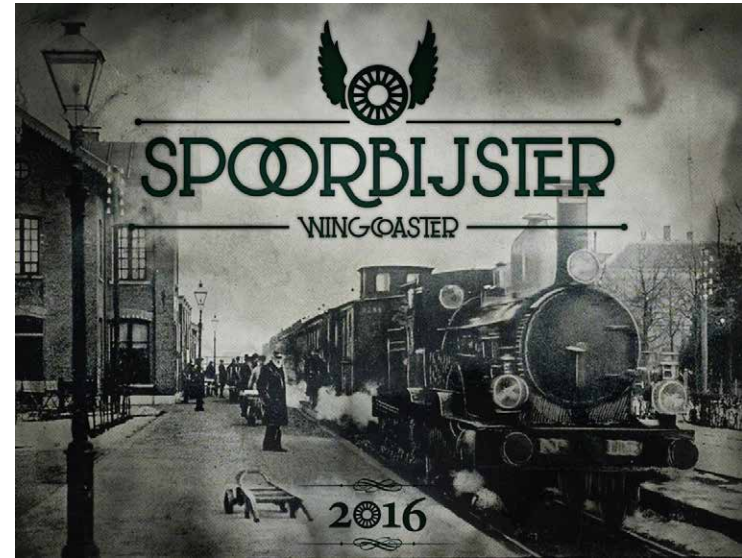
*Maar Arend, hebberig naar meer,
wist één ding zeker: ik leg mij niet neer*

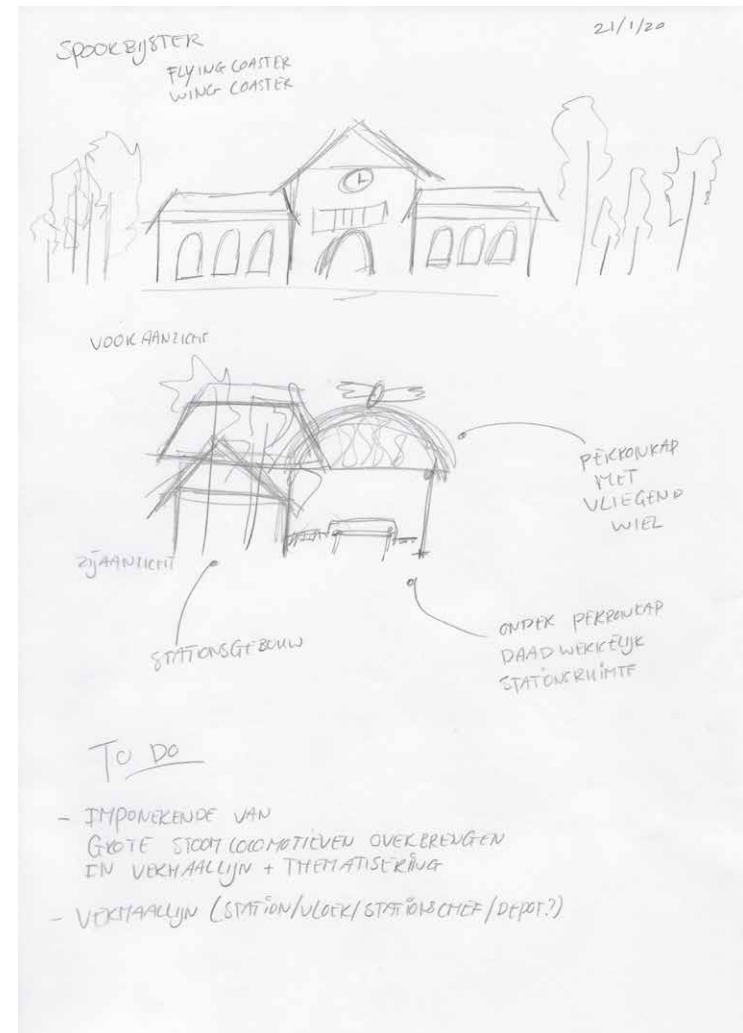
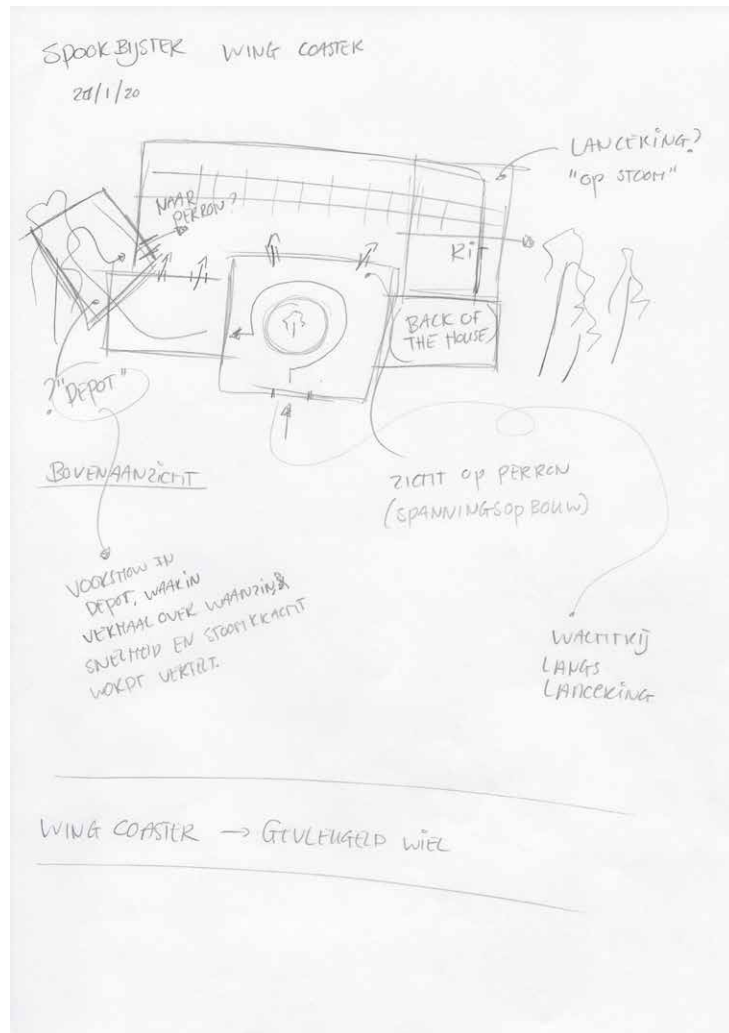
*Hij ging over lijken, over rails, over spoor,
het was toen dat hij zijn laatste beetje wijsheid verloor
De dampen, Witte Wieven genaamd,
zorgen ervoor dat Arend sindsdien alleen nog onzin uitkraamt
Nooit opnieuw verscheen mist op deze plek,
Arend werd verklaart: totaal voor gek*

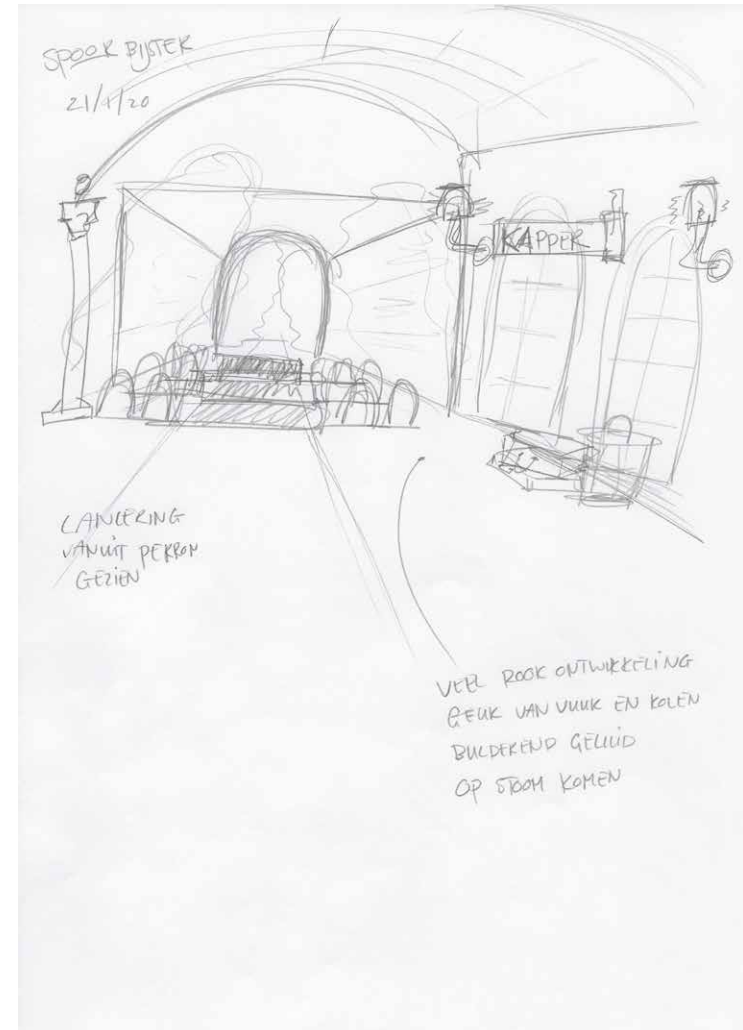
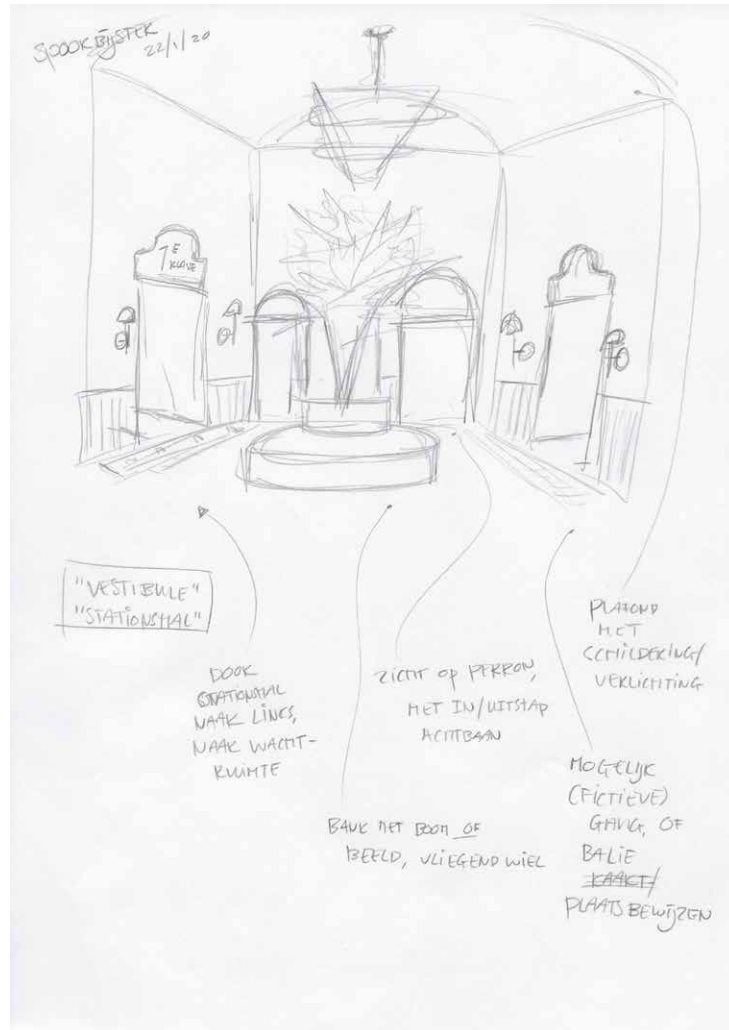
*Arend, hoopvol verlost van al het geteister,
van toen af aan wel volkomen Spoorbijster*

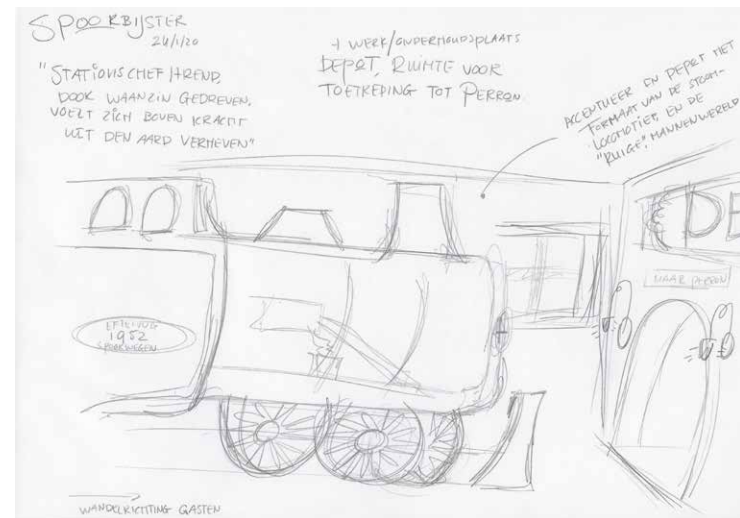
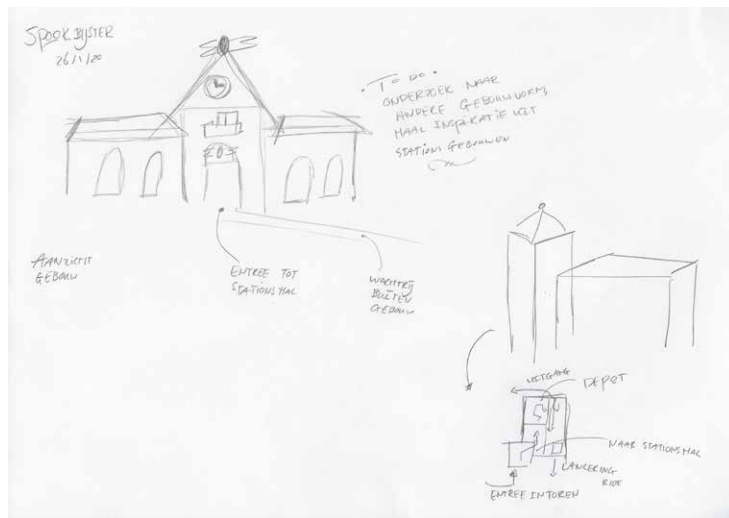
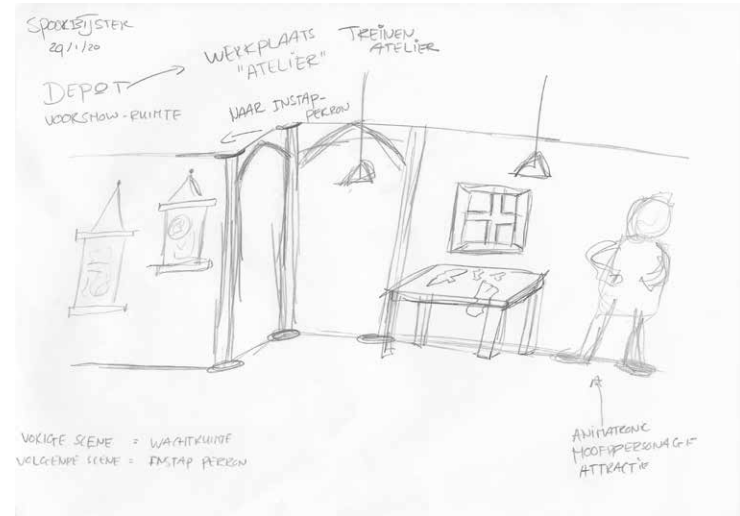
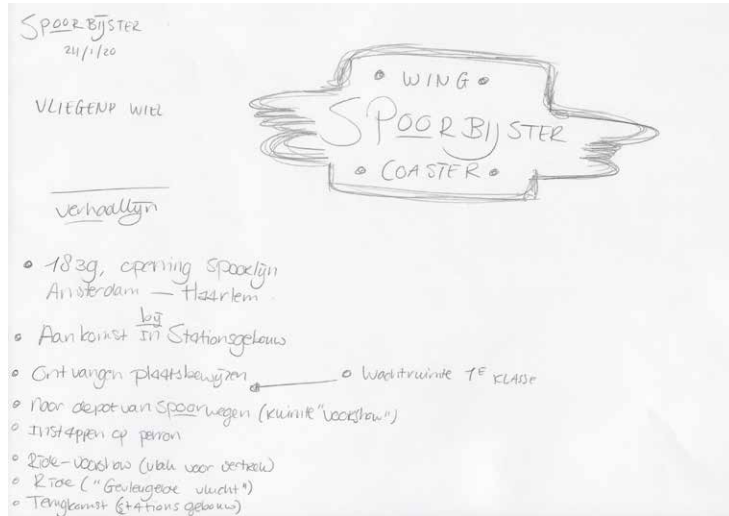










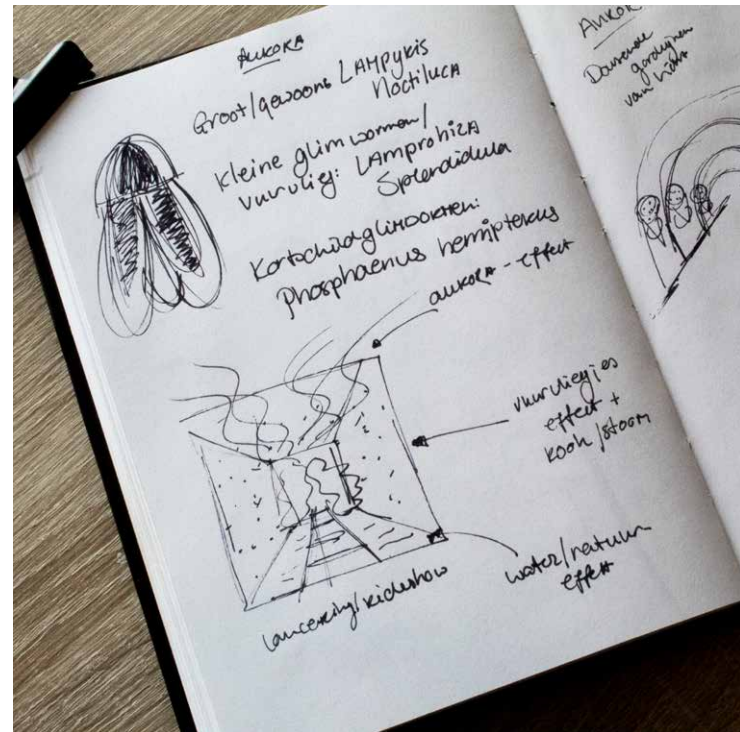
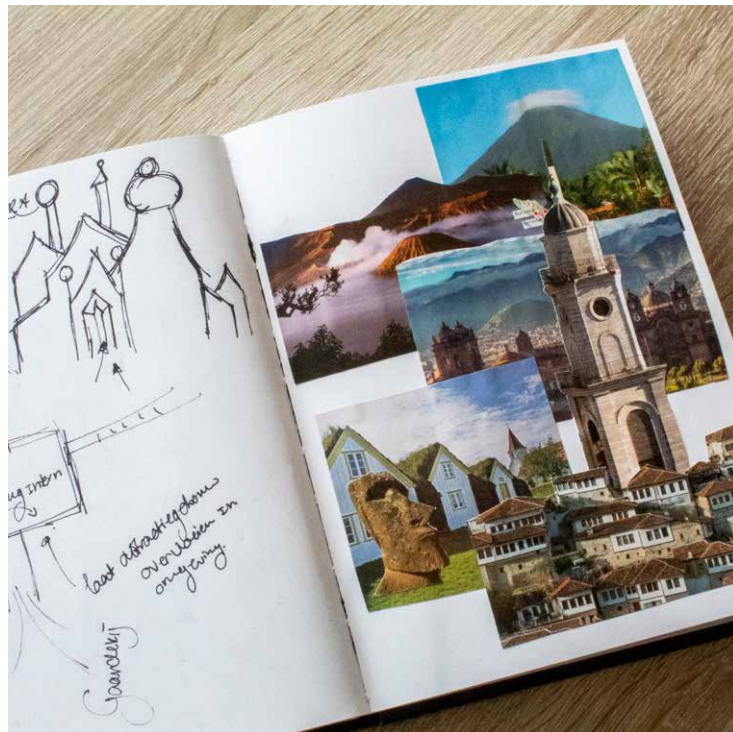
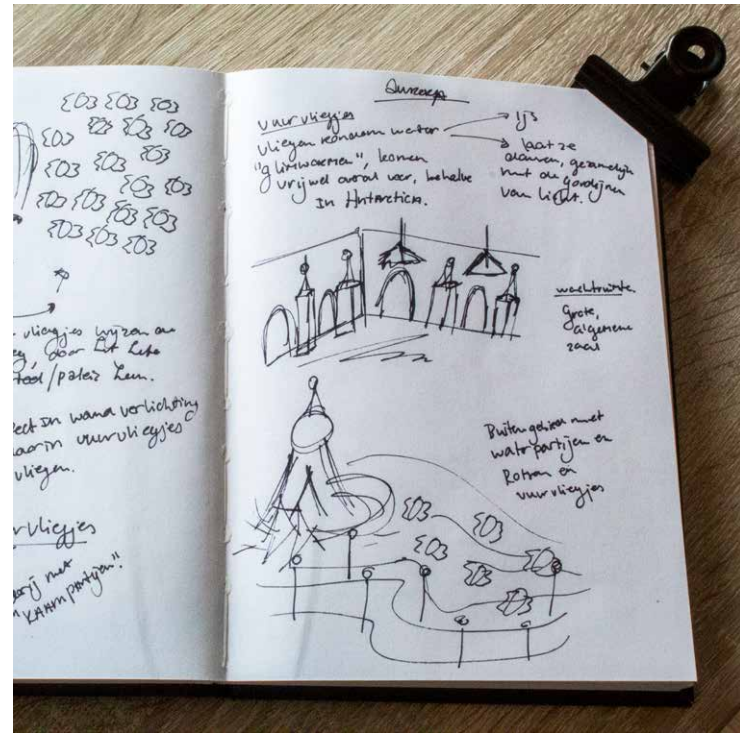
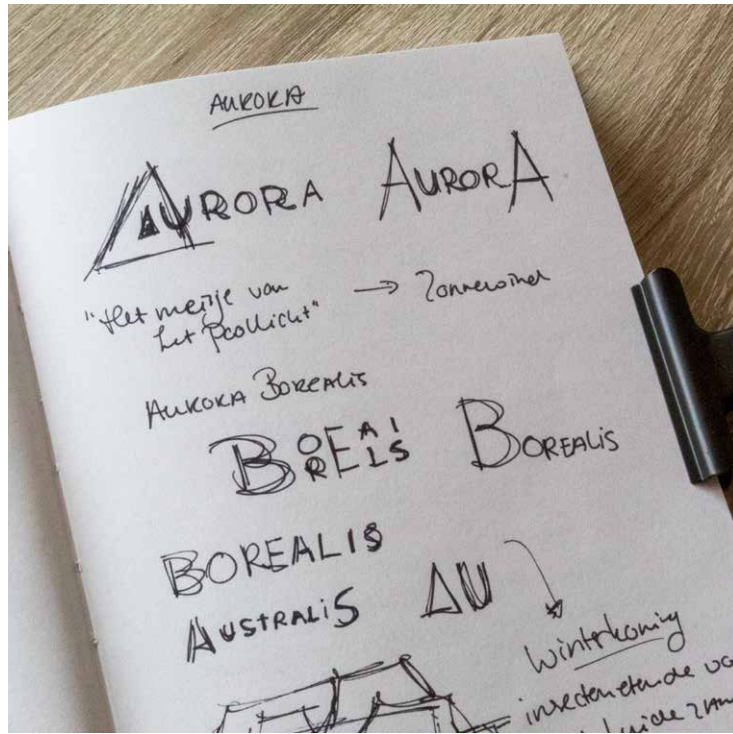


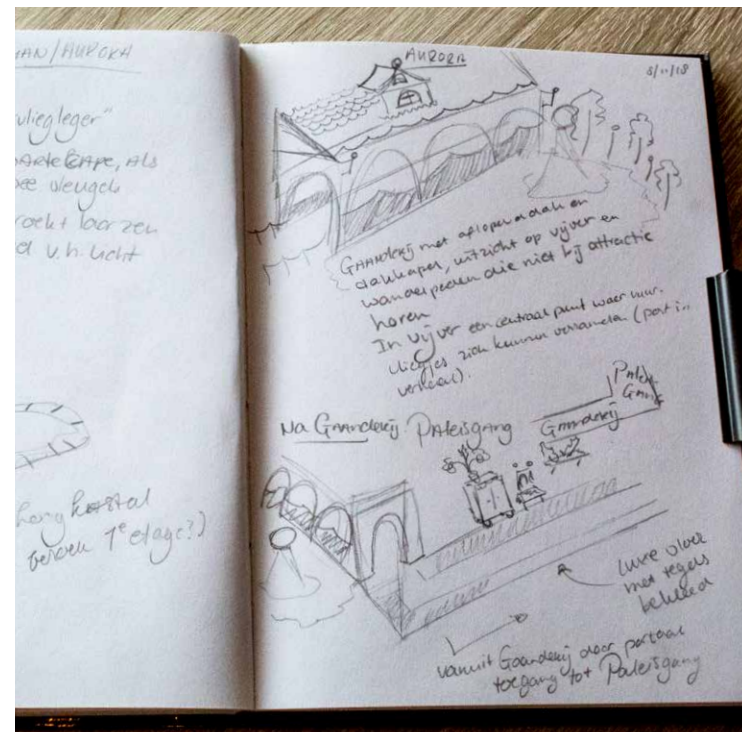
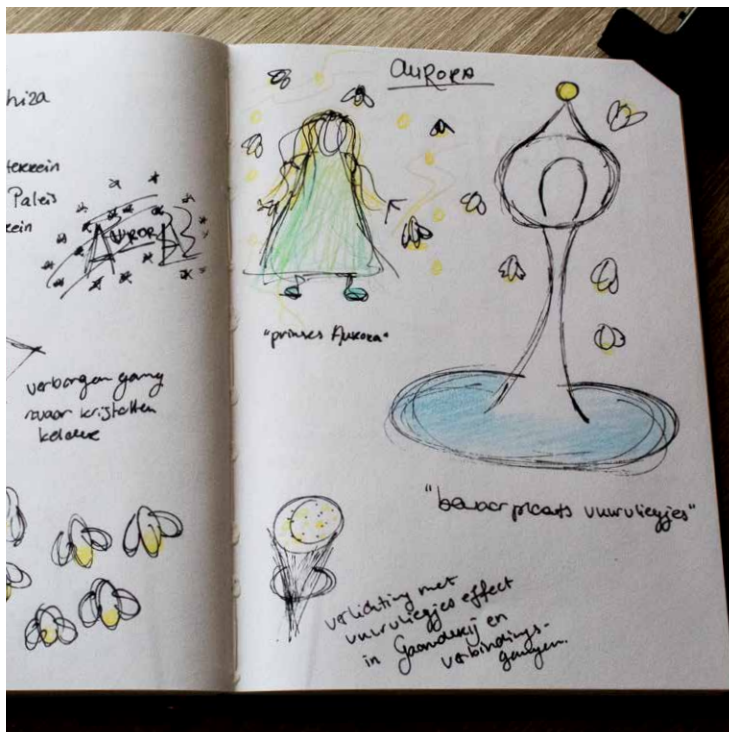
Attractieconcept 'Aurora'/'Polaris'

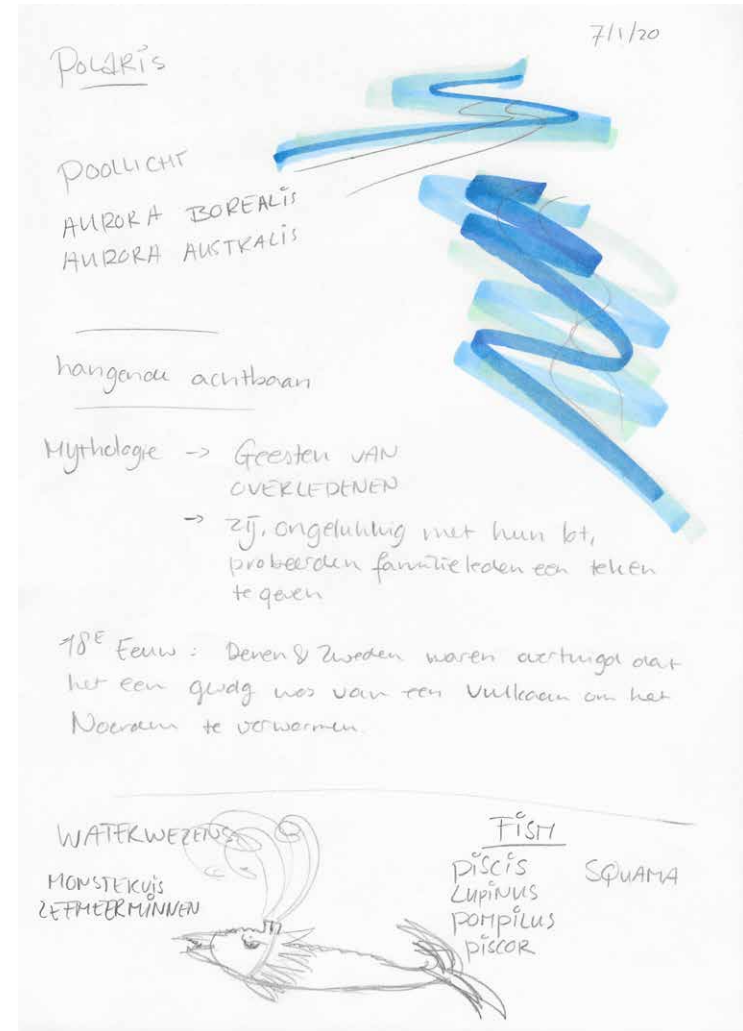
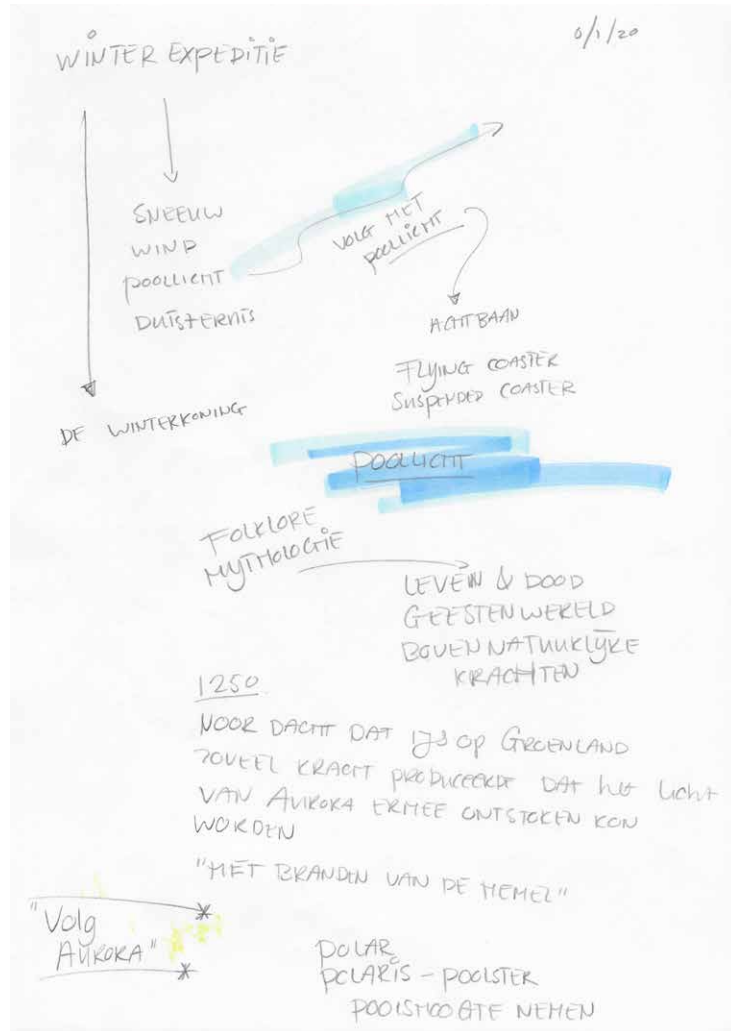
Het is hartje winter. In de late en ijskoude duisternis verdwaalt het prinsesje Aurora in het dichtgegroeide bosgebied en weet ze de weg naar het kasteel niet meer terug te vinden. Dankzij de Vuurvliegjes, welke zich in grote getale boven een meer hebben verzameld, ontstaat er een magisch tafereel waarbij ze het prinsesje plotseling omcirkelen en laten zweven. Met hoge snelheid volgen de Vuurvliegjes de sporen van Aurora, welke een magische kleur aan de lucht hebben gekregen, terug naar het kasteel.

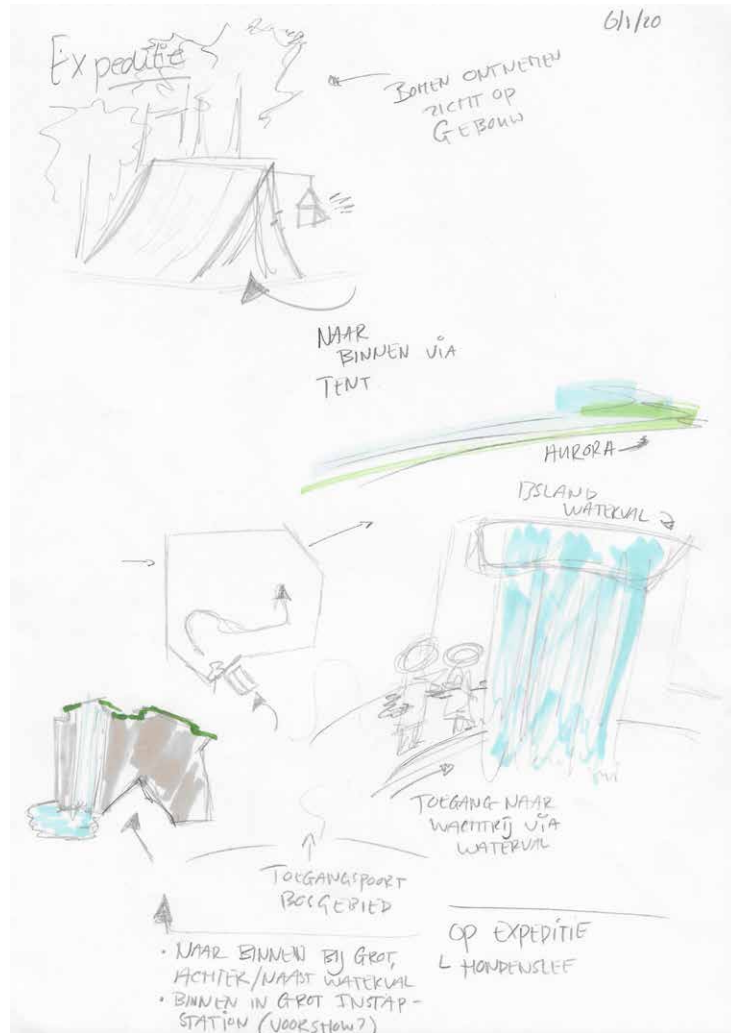
Al enkele jaren werk ik aan het idee om een magische vertelling te creëren rondom de duisternis, winter, het poollicht, de poolster en vuurvliegjes, wat zou kunnen samenkomen in een attractieconcept voor bijvoorbeeld een achtbaan of darkride.

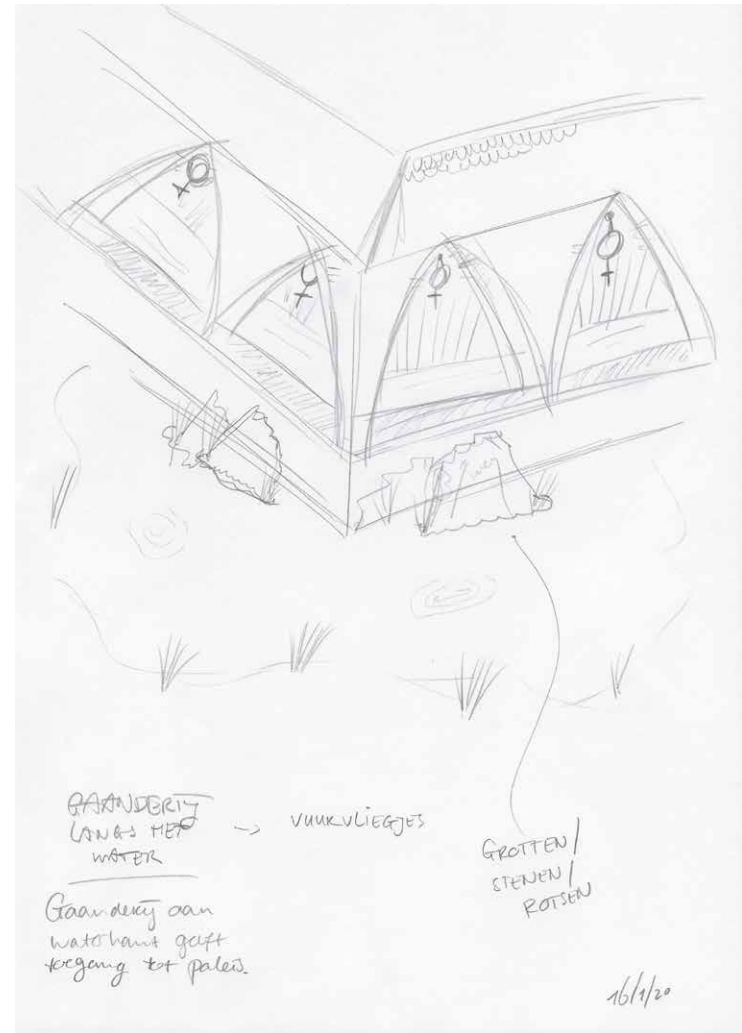
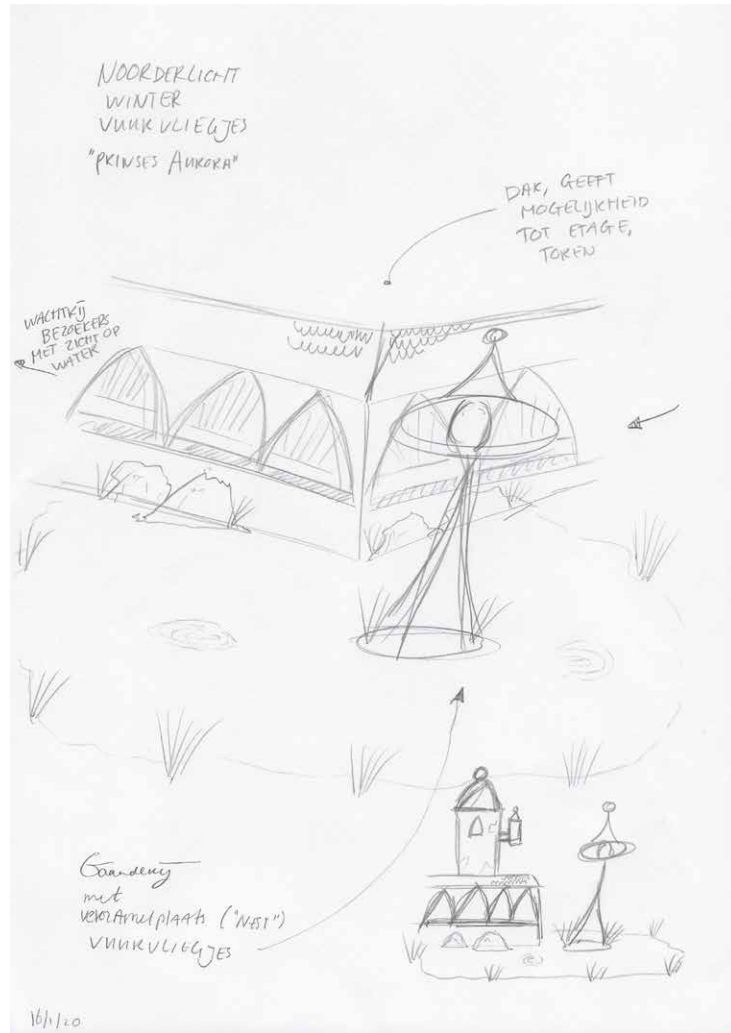
AURORA

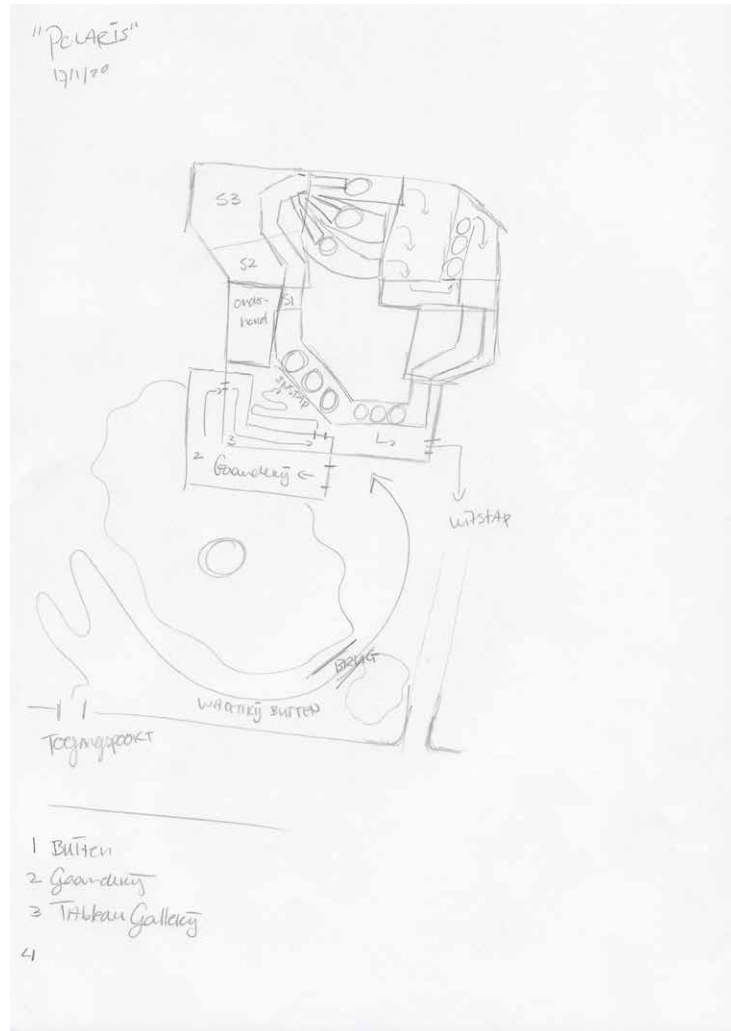






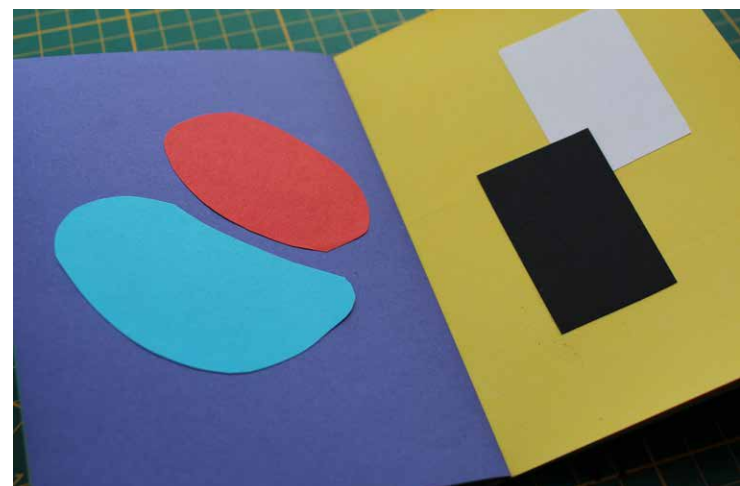
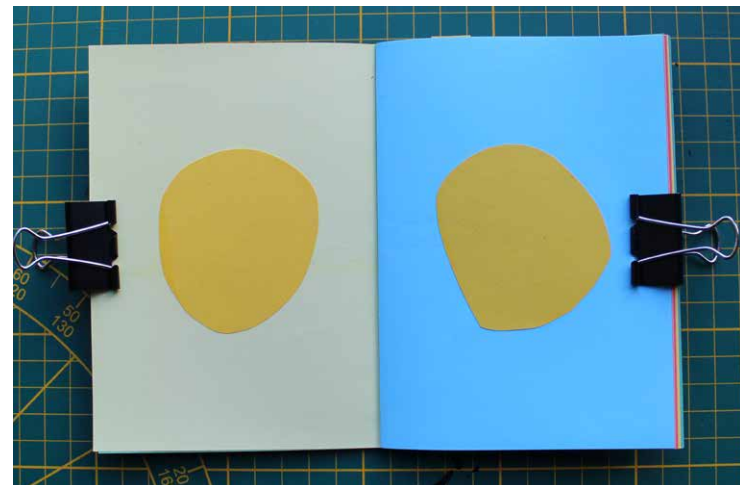


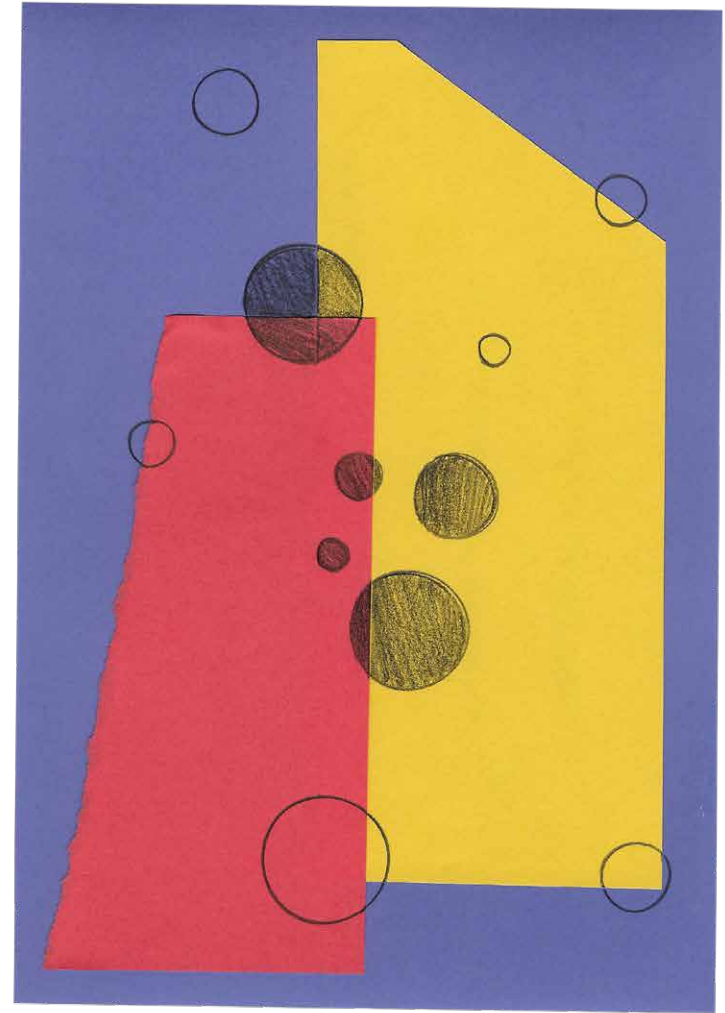
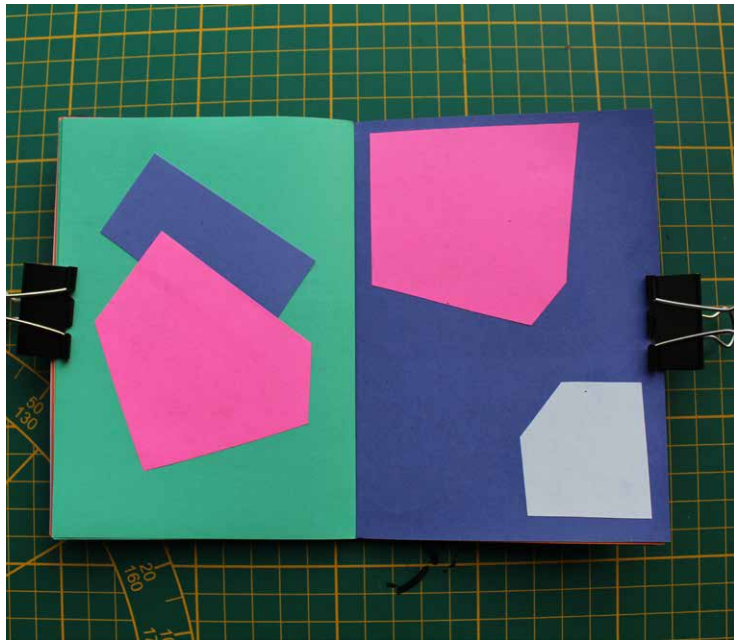


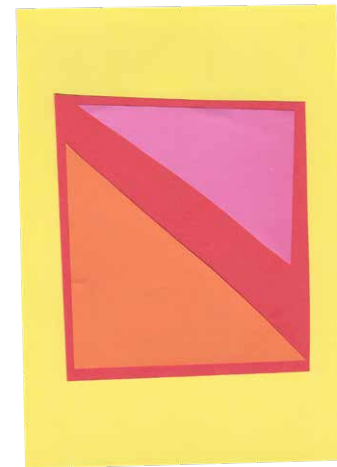
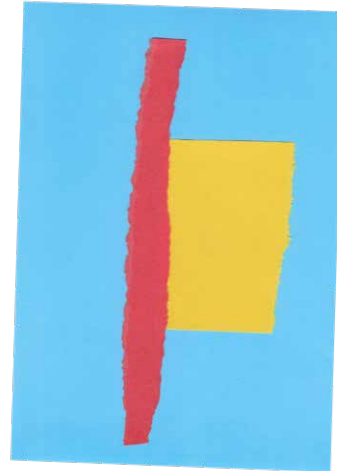
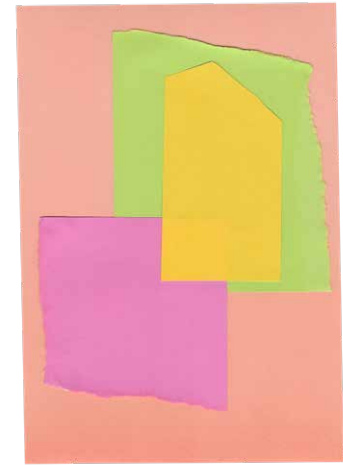
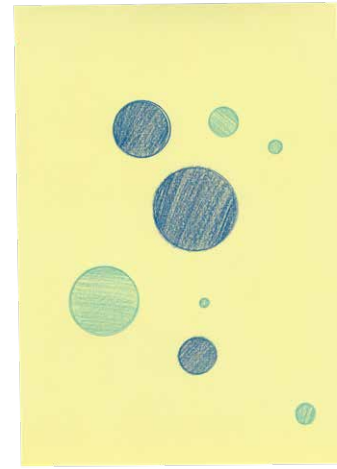
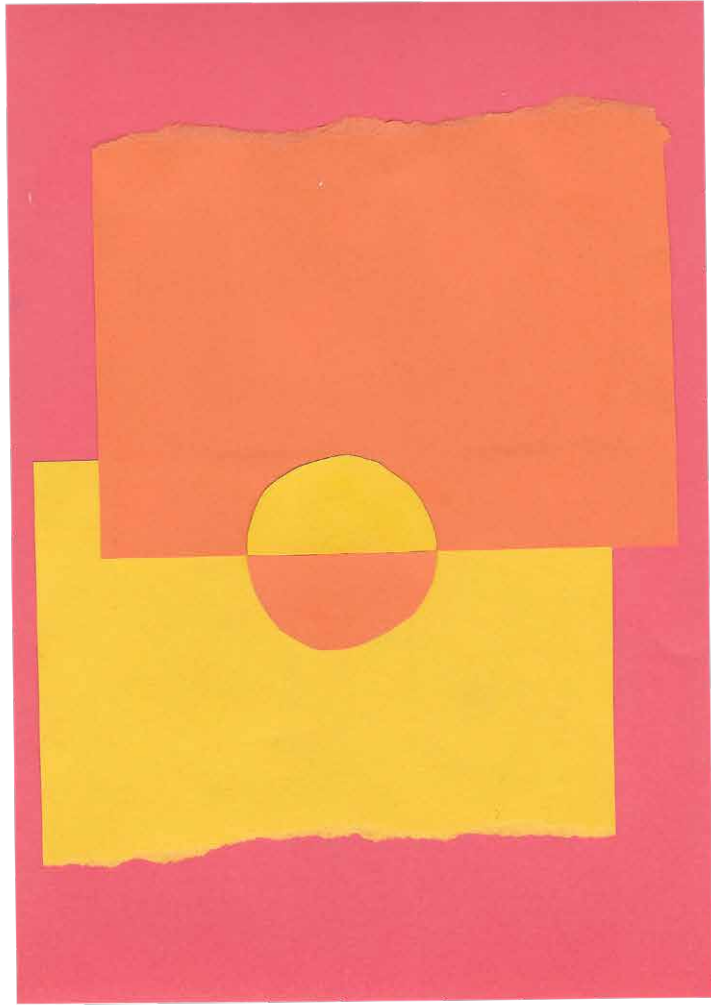


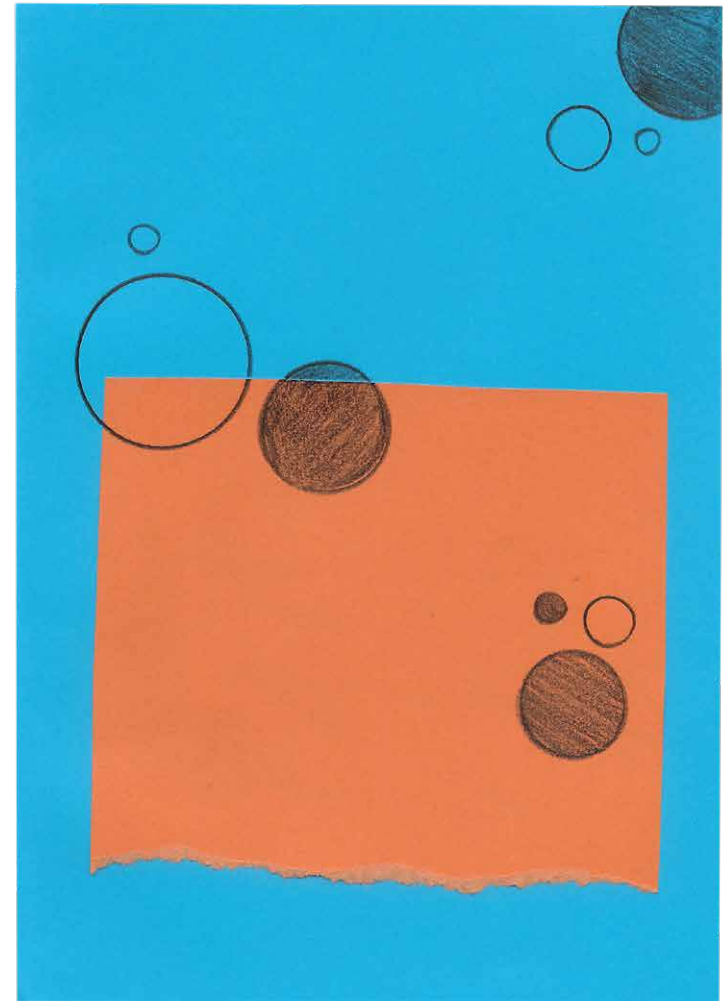
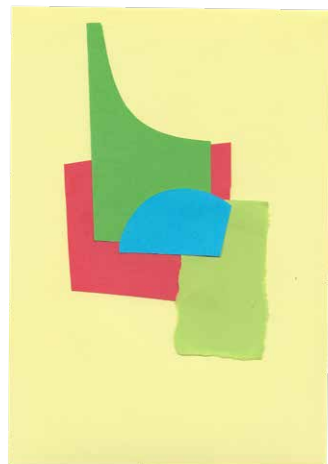
Kleurenonderzoek 'Kameleon'

Oogverblindende kleurencombinaties, hoe kleuren met elkaar werken, hoe ze met elkaar communiceren en wat ze overbrengen. In mijn autonome project 'Kameleon' doe ik op speelse wijze onderzoek naar kleurcombinaties en potentiële patronen door diverse materialen, zoals papier, potlood en stift, met elkaar te combineren.









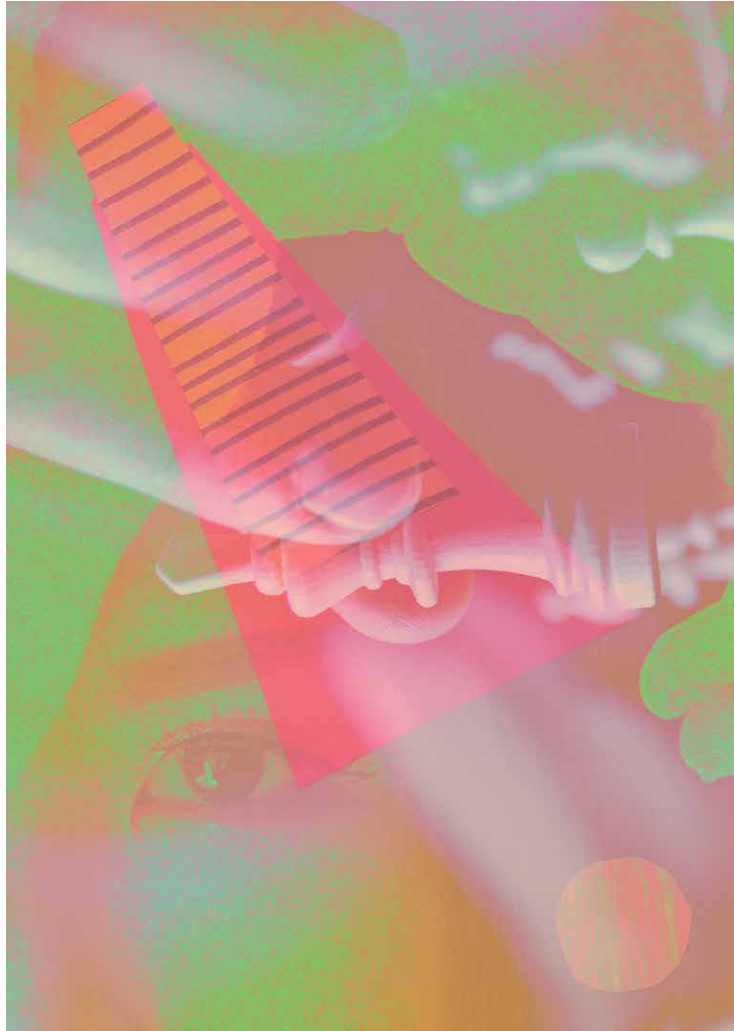
Visueel advies aan de Rechtspraak

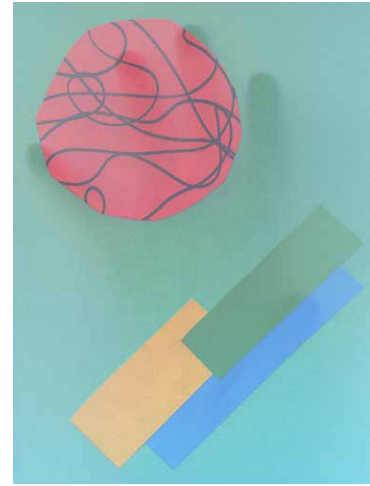
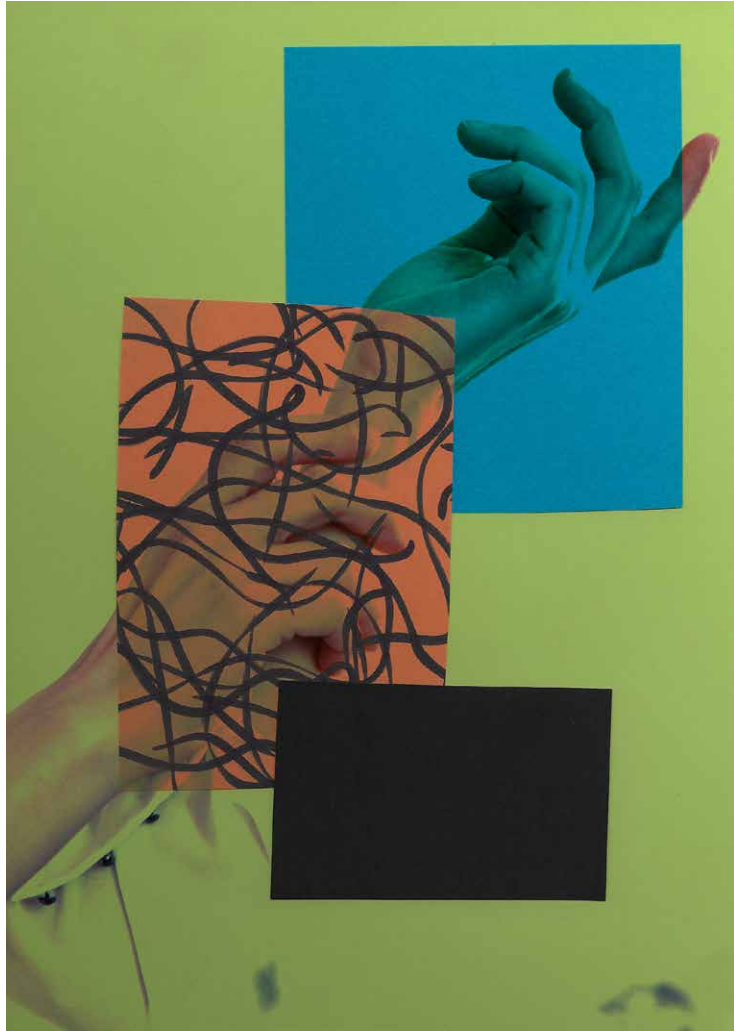
Wat kan de Rechtspraak doen om haarzelf begrijpelijker te maken voor de Nederlandse bevolking? Deze vraag werd ons als projectgroep gesteld tijdens de minor Arts & Humanity, aangeboden door AKV|St.Joost.

Als resultaat uit ons onderzoek kwam allereerst naar voren dat mensen visueel zijn ingesteld en dat de Rechtspraak met haar afstandelijke taalgebruik en grote hoeveelheid tekst in de informatiebrochures hier niet op aansluit. Wij besloten om geen kant en klaar eindproduct als antwoord op de vraag te geven, maar een visie en uitdagend visueel advies: meer beeldend denken en daarmee de diversiteit in visueel taalgebruik vergroten.

Met het door mij en mijn groepsleden ontworpen beeldmateriaal, welke de titel "Recht voor zijn raap: onduidelijk taalgebruik door de Rechtspraak" kreeg, hebben wij de Rechtspraak handvatten gegeven waarmee zij verder kunnen werken en ontdekken door te experimenteren. Want duidelijke, klare taal en hoe dat wordt gebruikt is tijdgebonden en verandert continu; klare taal heeft geen klaar antwoord.









Posterwedstrijd Graphic Matters Festival 2018

Het Graphic Matters Festival is een meerdaags festival in Breda waarbij de nadruk ligt op (grafisch) ontwerp. Elke editie kunnen ontwerpers meedoen aan een posterwedstrijd, waarbij de winnende ontwerpen in Breda en Den Haag worden geëxposeerd.

“Reclaim the streets!” als thema voor de ontwerpwedstrijd deed me denken aan ruig en opstandigheid, waardoor ik de link had gelegd met demonstraties en handgeschreven tekstborden. Maar dan tegenovergesteld: met een positieve boodschap, de wereld is tenslotte al zo grauw om ons heen. Uit vele inzendingen van medestudenten en andere grafisch ontwerpers werd mijn poster, met de positieve boodschap en het ontwerp als ‘vrolijke demonstratie’ met lichtblauwe ‘afzetlinten’, gekozen en was mijn poster 10 weken te bewonderen in Parkeergarage Chassé Parking in Breda en De Affiche Gallerij op station Spui in Den Haag.



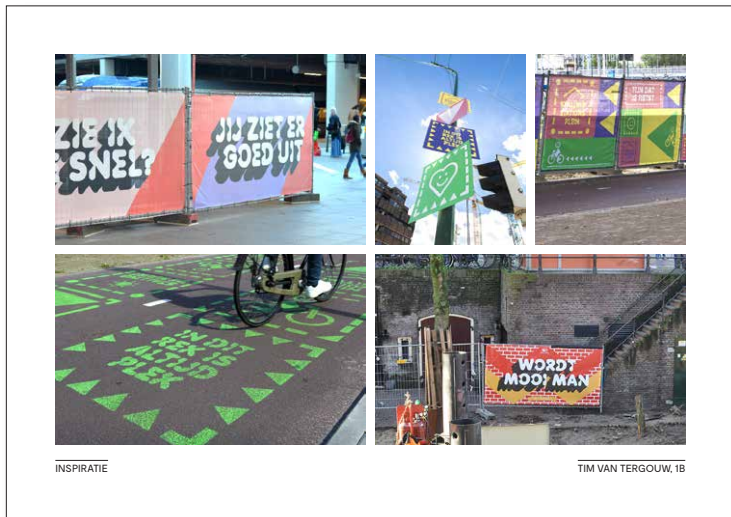


algemeen bezoeker

Welkom

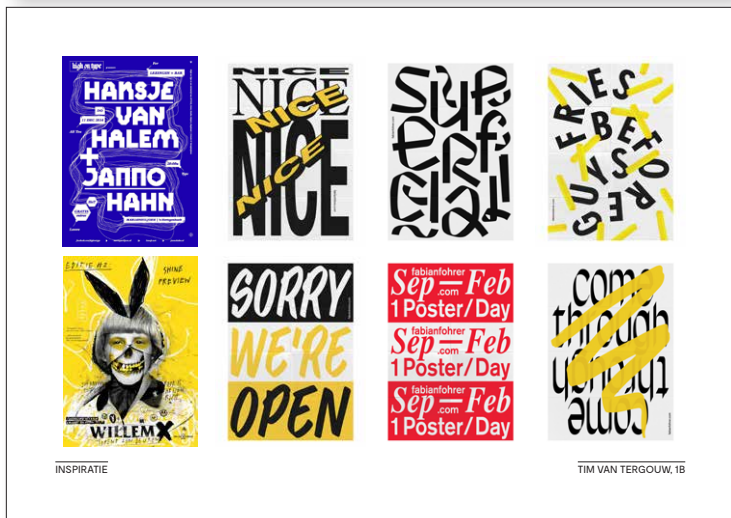
5

RECLAIM THE STREETS



INSPIRATIE

TIM VAN TERGOUW, 18

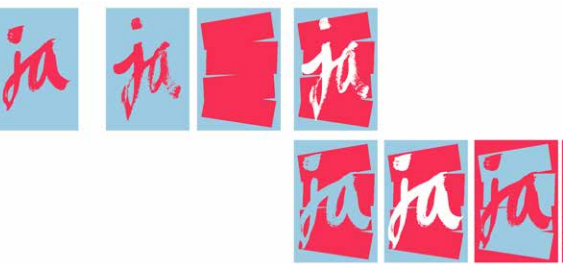


INSPIRATIE

TIM VAN TERGOUW, 18



DIT IS JOUW DAG!
DIT IS JOUW DAG!
DIT IS JOUW DAG!
DIT IS JOUW DAG!



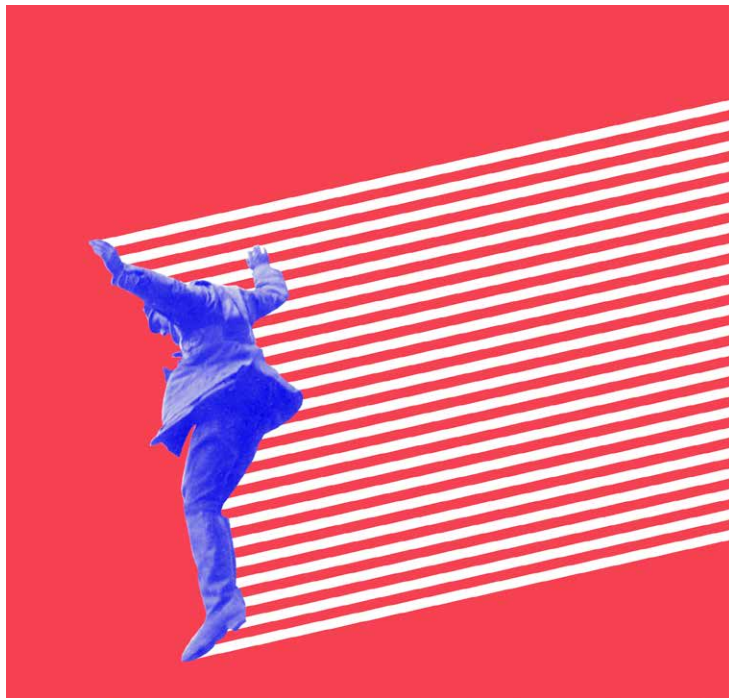
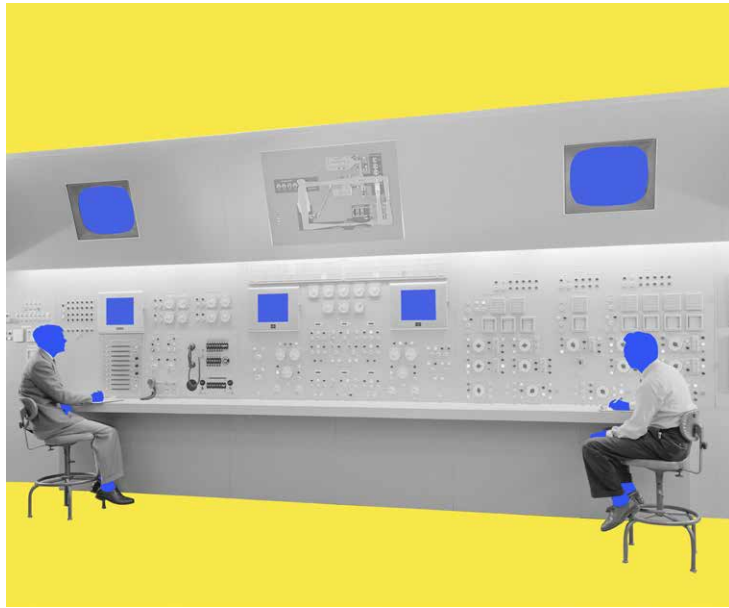
Screenshots van mijn schetsproces, waarin ik ingescande verflitters combineer met digitaal werk

Nieuwe beelden maken nieuwe verhalen

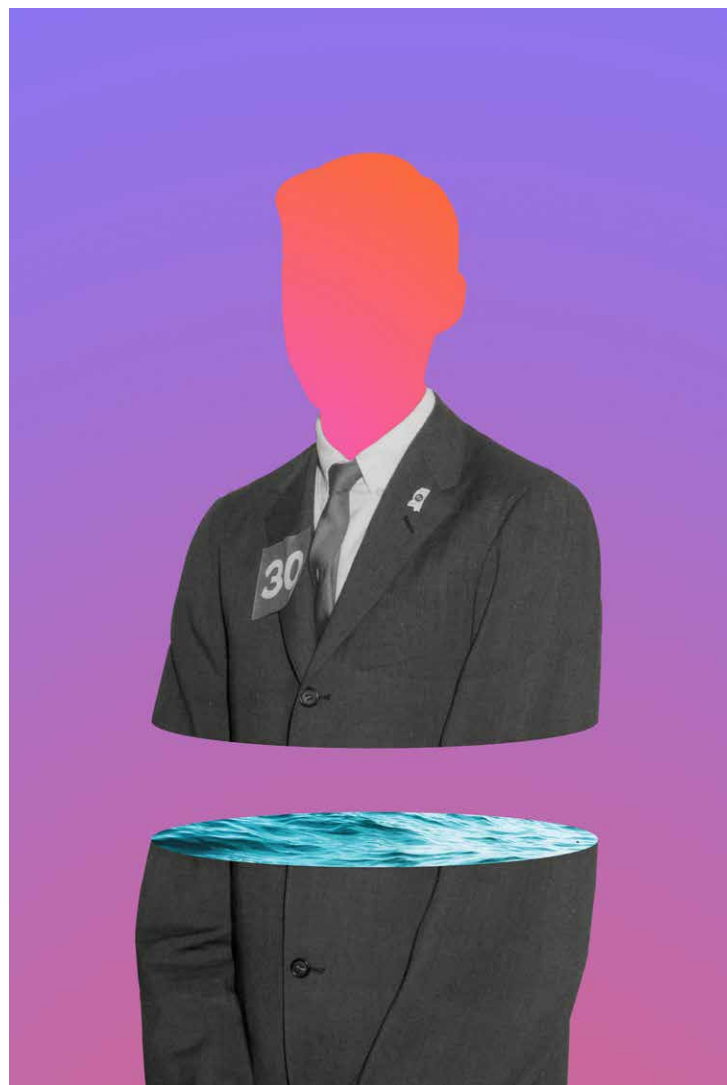
Wat voor mij begon als het beter leren kennen van Adobe Photoshop is uitgegroeid tot mijn grootste persoonlijke project, waarin ik continu mijzelf uitdaag om een verhaal of uitdrukking op een nieuwe manier te visualiseren. Met 'Nieuwe beelden maken nieuwe verhalen' vertel ik deze verhalen of uitdrukkingen op grafische wijze, waarbij ik mij veelvuldig laat inspireren door kunst en muziek.

Via een webshop verkoop ik deze werken als poster en ansichtkaarten.

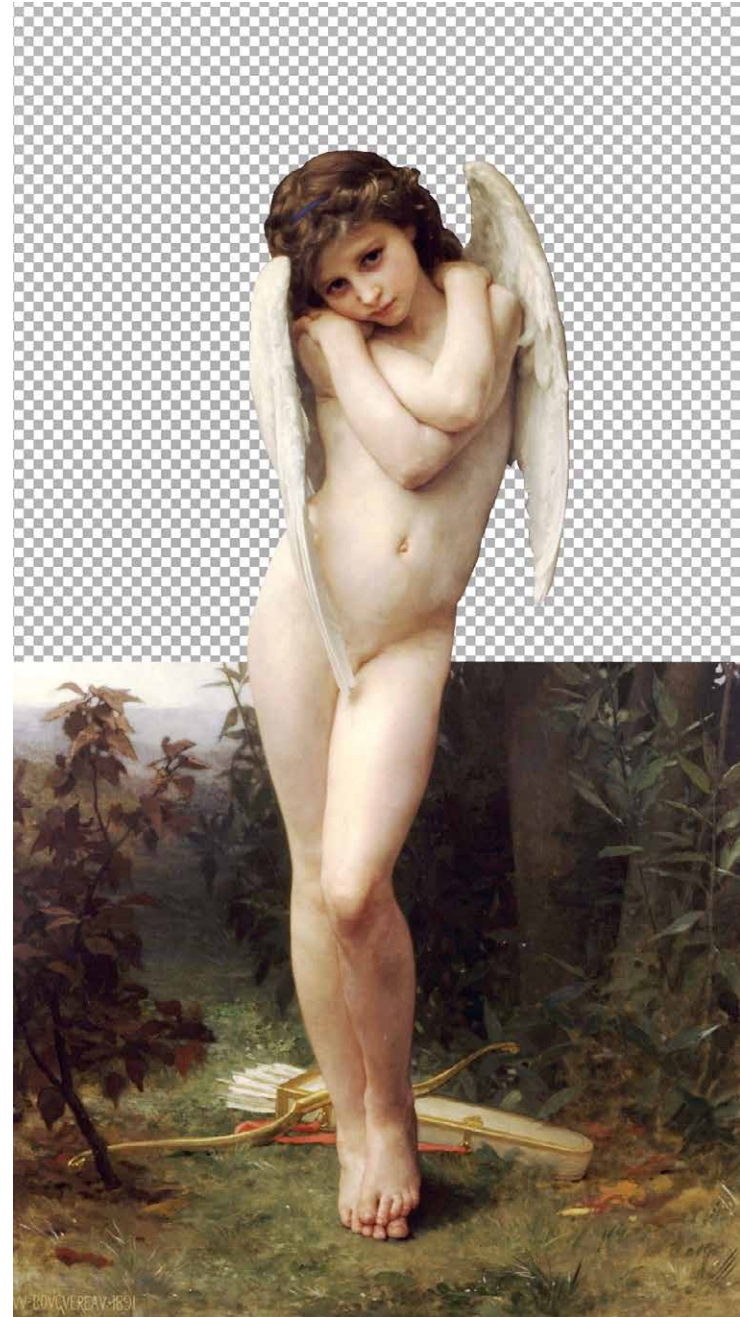
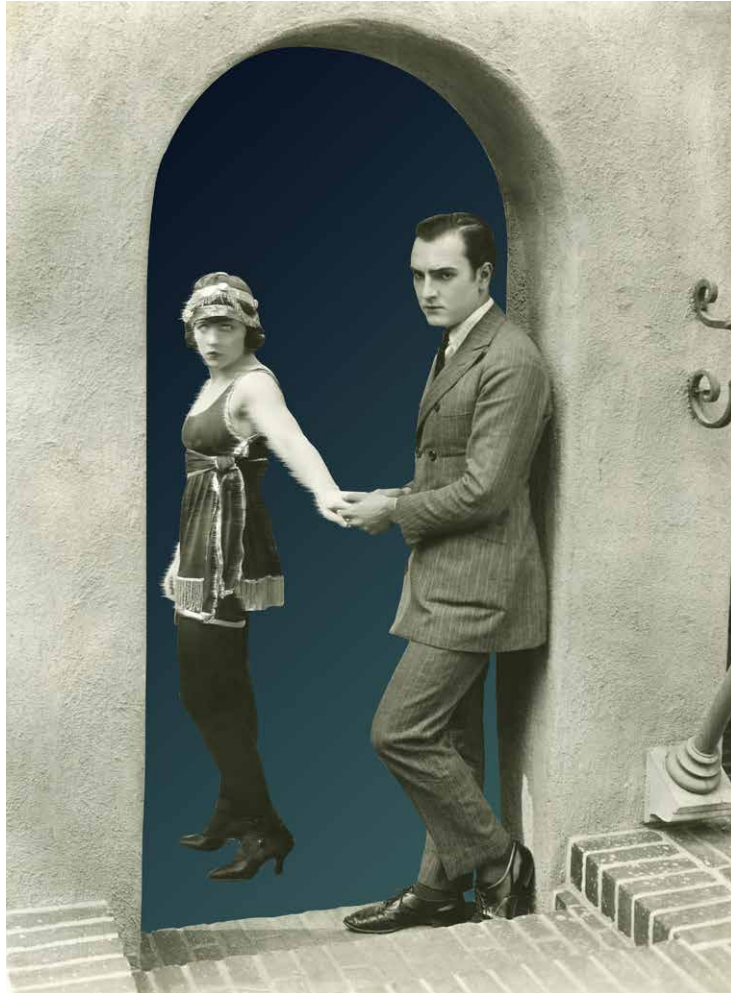






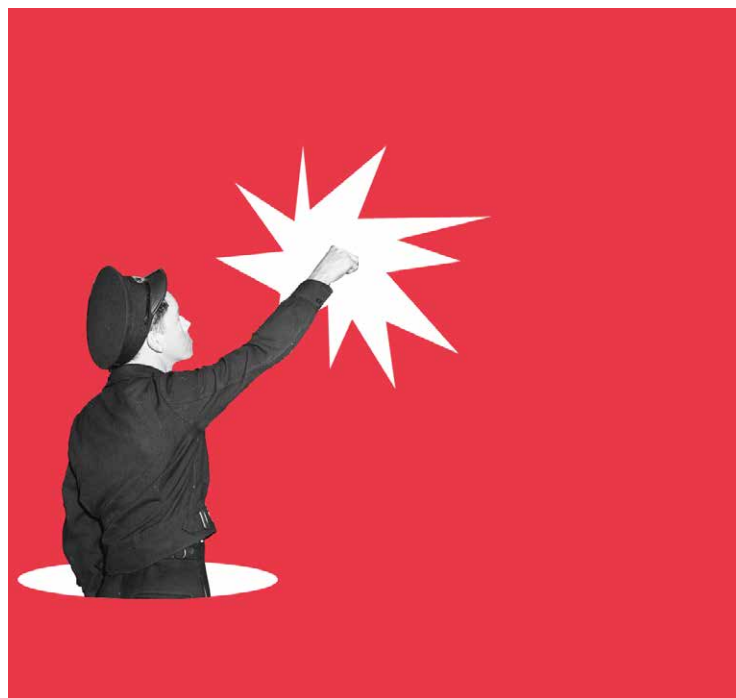










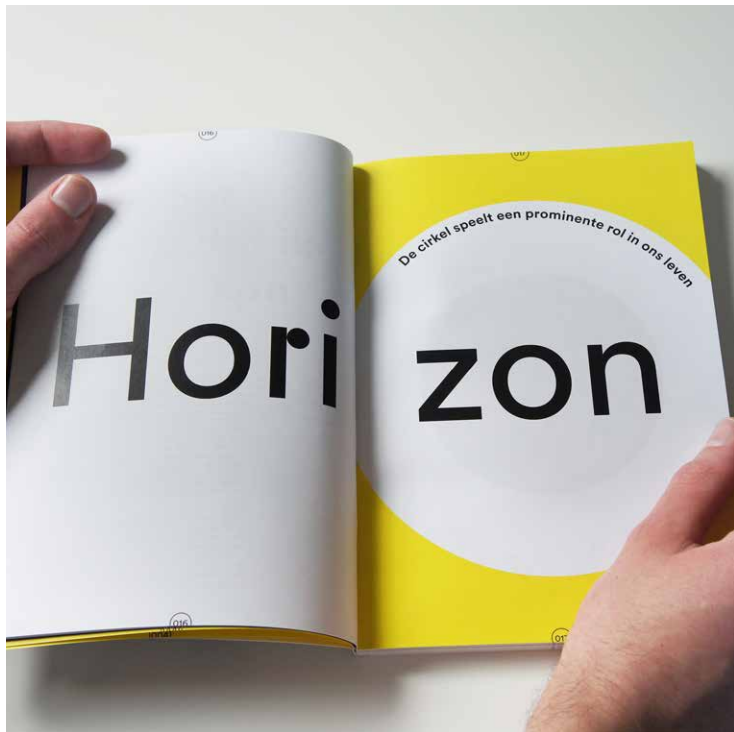
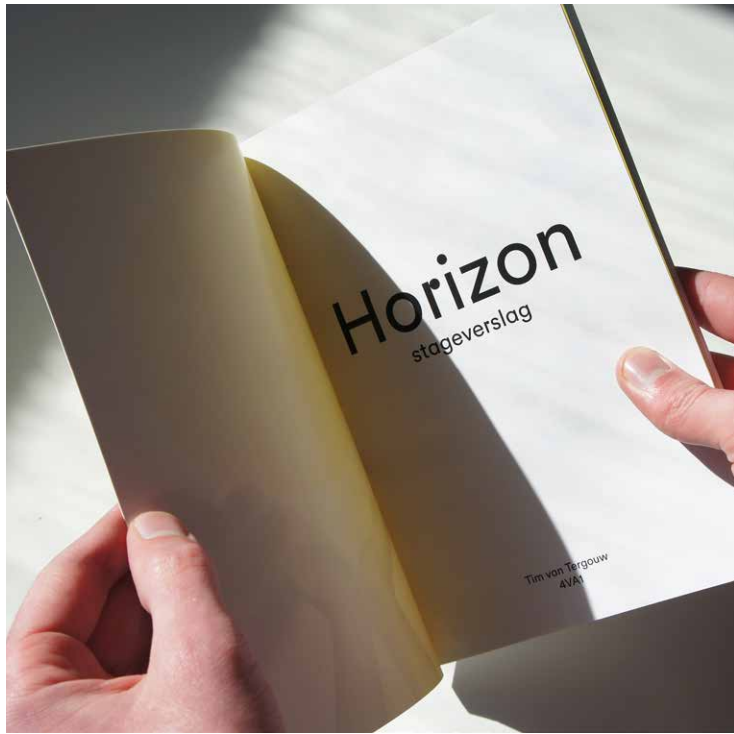


Stageverslag Grafisch Lyceum Utrecht

In het vierde leerjaar van mijn studie aan het Grafisch Lyceum Utrecht volgde ik mijn stage bij Fletcher Hotels, de grootste hotelketen van Nederland. In dit stageverslag kijk ik terug op mijn leerzame stageperiode en de werkzaamheden als grafisch vormgever bij Fletcher Hotels.

Gedurende mijn stageperiode heb ik vooral softwarematig mijn horizon weten te verbreden en als ontwerper een professionelere houding aangenomen. De cirkel is de 'gele draad' door dit stageverslag, genaamd Horizon. Je komt deze veelvuldig en op diverse manieren tegen, zoals in typografie en details rondom de paginacijfers.







Afspiegeling: een subtiele identiteit

We zijn in Hambaken, een schimmige buurt aan de noordkant van 's-Hertogenbosch. Het imago van de woonwijk staat er niet goed voor en als student-ontwerper wilde ik daar graag onderzoek naar doen. Om mogelijk een oplossing te bieden en het imago van de woonwijk en het gevoel daarbij te verbeteren.

Hambaken heeft een gesloten uiterlijk, waarbij de toegangswegen voornamelijk bestaan uit muren, met daarachter woningen en tuinen. Mijn focusgebied was de zuidkant van de buurt, 'de achterkant'. Ik liet mij inspireren door de scheepvaart: de achterzijde van het schip heet 'de spiegel' en visualiseert de kapitein, de goederen aan boord en de handelsroute die wordt gevaren. De achterkant is een visualisatie van de binnenkant, de muren worden doorgebroken.

Via een spiegelconstructie in een steeg, haaks op de toegangsweg de woonwijk in, probeerde ik op een subtiele manier de identiteit van de wijk weer te geven: de inwoners en bezoekers zelf, om op die manier het gevoel van herkenbaarheid en veiligheid stapvoets te vergroten.

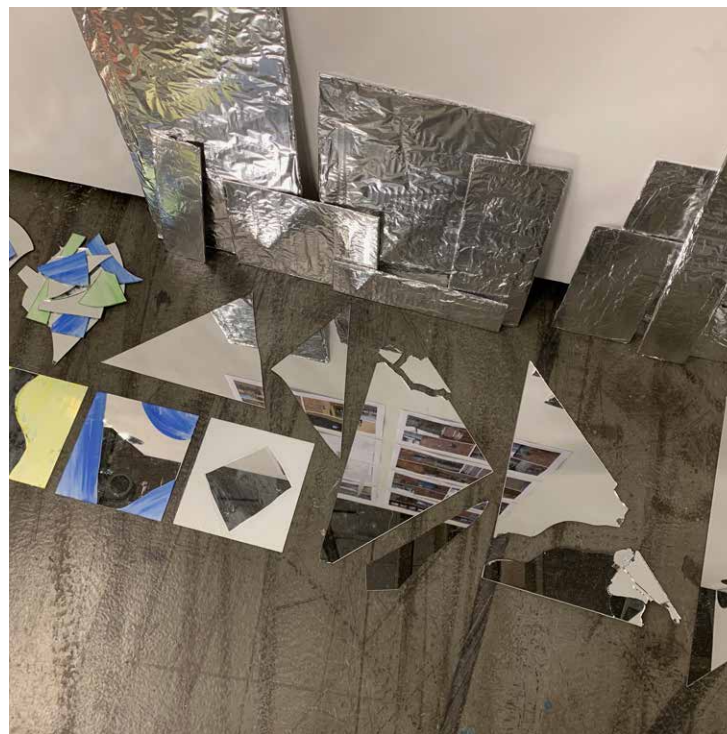
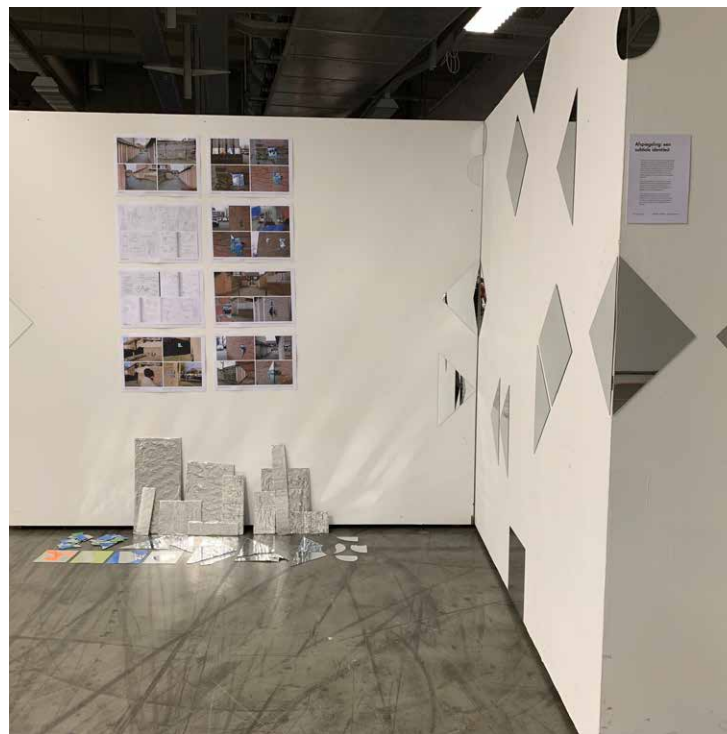








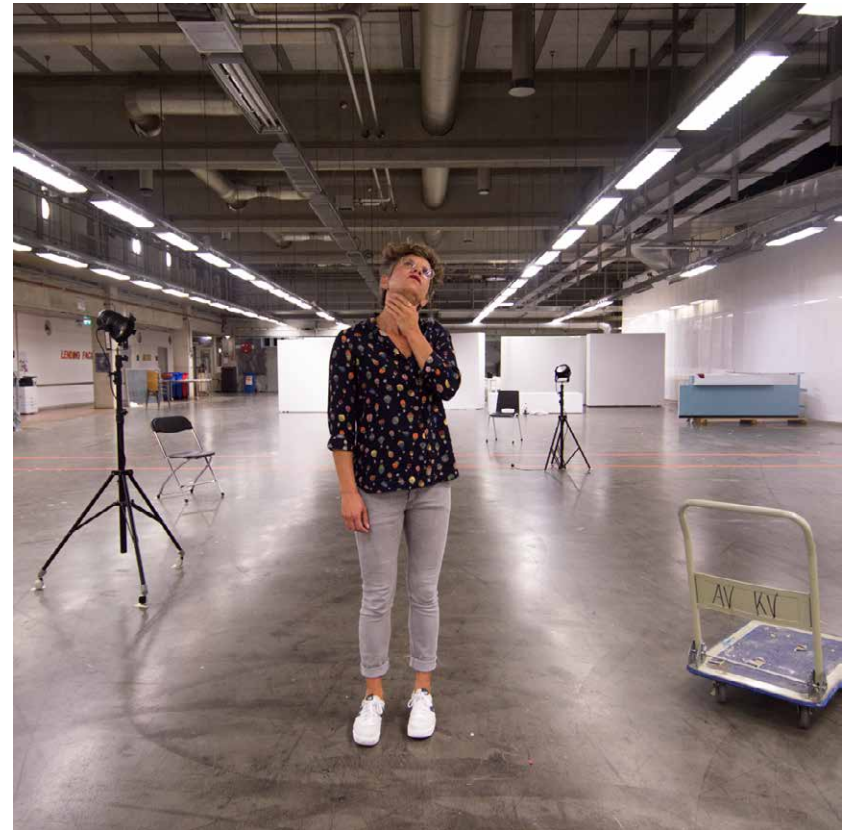
Tijdens het plaatsen van dit prototype, waarin ik ondermeer probeerde met tekst te werken, werden de bewoners van Hambaken mijn aandachts- en uitgangspunt; hen meer zichtbaar maken in het werk werd mijn doel

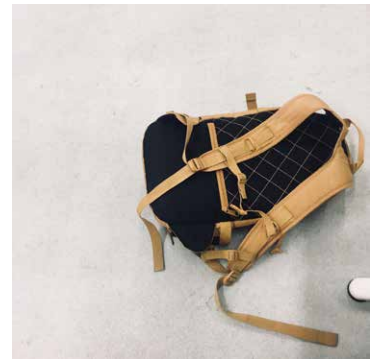
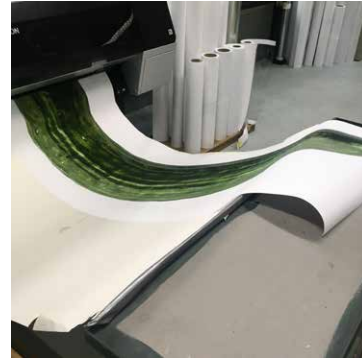


Eefje: ze is overal, maar nooit waar je hoopt dat ze is

Eefje van de printshop en uitleenservice is op de Bossche locatie van AKV|St.Joost wereldberoemd en zeer geliefd. Aan mij en een medestudent de eer om haar, voor de kennismakingsopdracht in het tweede studiejaar, te portretteren. Uit diverse interviews, gehouden met zowel Eefje alsook mede-AKV'ers, werd ze benoemd tot een kameleon en duizendpoot die je overal op de academie tegenkomt, maar altijd kwijt bent als je haar nodig hebt. Toen wij ontdekten dat zij zelf fotografie heeft gestudeerd op de AKV-locatie in Breda, hebben wij haar blik onderdeel laten worden van de eindpresentatie door middel van 15 foto's van haar werkdag. Deze foto's heeft zij zelf gemaakt en vormden een belangrijke inspiratiebron tijdens het vervaardigen van het portret.

Alle foto's waren onderdeel van een tentoonstelling in de gangen van de academie.





Van onzichtbare waarde

Hoe is het mogelijk om deze klok, met een aankoopwaarde van €1,85, met al deze onderdelen zo goedkoop te verkopen? En wat is de daadwerkelijke waarde van deze klok?

Ter 'bewustwording' van het probleem van vervuiling en onnodig verbruik van grondstoffen heb ik deze 'klok' gerealiseerd. Alle onderdelen welke in de klok verwerkt zijn, heb ik daarin op brutale en ongeorganiseerde wijze terruggeplaatst met het doel de toeschouwer erop te wijzen wat er, hoe klein en onzichtbaar ook, allemaal in de klok verwerkt zit en waarvoor nu, na destructie van de klok, geen tweede leven meer mogelijk is.





**Lettertype-ontwerp
'Parallelweg 21'**

Tijdens mijn studie aan AKV|St.Joost krijg ik de mogelijkheid tot het volgen van 'workshopweken', waarin je je eigen fascinatie kunt verdiepen en onderzoeken. Tijdens één van deze workshopweken heb ik gewerkt aan mijn eigen, eerste bruikbare en werkende lettertype, gebaseerd op ongekunstelde uitgesneden letters: Parallelweg 21, vernoemd naar het adres van de academie.

PA'S WIDZE
LYHX BEZAG
VROOM
NET FIKSE
AFUADUCT

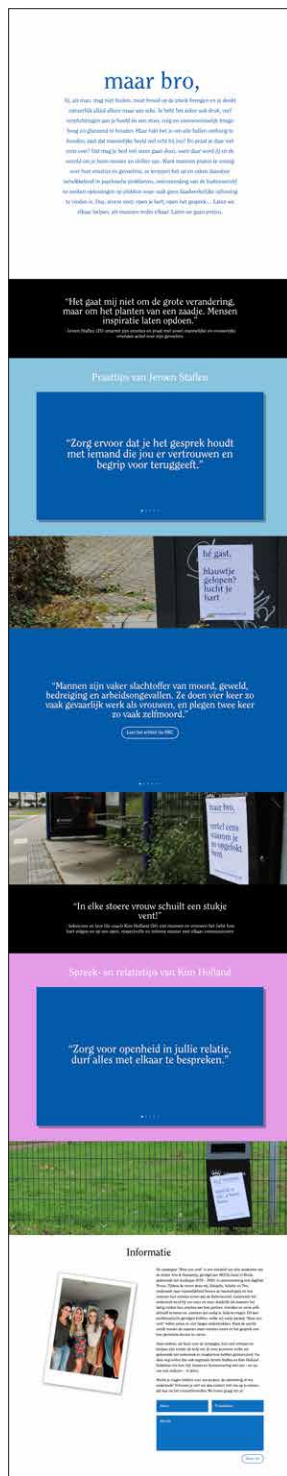
Activeringscampagne 'Wees een vent'

Praten mannen wel voldoende over hun gevoelens, of kroppen zij deze zo op dat het hen tegenwerkt?

Tijdens de minor Arts & Humanity, aan AKV|St. Joost, werkten we in groepsverband samen met idealisten; personen welke leven aan de hand van hun overtuigingen en idealen. Wij gingen in gesprek met Jeroen Stafleu, een jonge knul die zich actief bezighoudt met zijn gemoedstoestand en persoonlijke gevoel, waarover hij presentaties geeft en uitlegt hoe hij over zijn gevoelens durft te praten en deze bij zichzelf toelaat. En ook Kim Holland, love life coach en succesvol zakenvrouw in erotisch entertainment, was voor ons een inspirerende persoonlijkheid om mee te praten.

Vanuit de gesprekken met beide idealisten vormden wij het project 'Wees een vent', een on- en offline activatiecampagne waarmee wij mannen willen oproepen actiever over hun gevoelens te praten met dierbaren en bekenden, om zo de vooroordelen dat mannen altijd stoer, masculine en onoverwinnelijk moeten zijn te doorbreken.





VADER & ZON
EIGENWIJZE
LIEVELING
ALLES ONGEWON

SUCCESS IS A BLEND

CHIVAS

's-Hertogenbosch

maar bro,
vertel eens
waarom je
zo opgefokt
bent

www.weeseenvent.nl



hé gast,

blauwtje
gelopen?
lucht je
hart

www.weeseenvent.nl



Buitenreclame
heeft geen
vervelende
pop-ups

hé man,
vertel maar
wat je
dwars zit
www.weecevent.nl

Vindingrijk
het alternatief voor nieuw
Dank u wel!

Vindingrijk
het alternatief voor nieuw
In deze container kunt u vinden:
kleding, schoenen, tassen, tassen en
huishoudelijk decoratie in groen
- plastic zakken!
www.vindingrijk.nl

3

BAR BISTRO DUCO MIDDELBURG

Fletcher Hotels

Gedurende mijn leerzame stage en dienstbare werkperiode als vormgever en ontwerper bij Fletcher Hotels ben ik verantwoordelijk geweest voor diverse uitingen onder de Fletcher Hotels-vlag en verschillende van de submerken. De eindproducten verschilden van lezersaanbiedingen in (inter)nationale tijdschriften tot lokale advertenties en informatiebrochures in de hotels. Daarnaast ben ik ook productieverantwoordelijke geweest van één editie 'Fletcher Flits', het personeelsmagazine, en heb ik als ontwerper het nieuwe horecaconcept van 'Bar Bistro DuCo' mede mogen ontwerpen en lanceren.



3 dagen Genieten
nabij het waterrijke Giethoorn

INHOUD ARRANGEMENT

- Ontvangst met een welkomstdrankje
- 2 x overnachting
- 2 x uitgebreid ontbijt
- 1 x heerlijk 2-gangen diner op de dag van aankomst
- 1 x boottocht door Giethoorn
- Informatiepakketje van de omgeving
- Individueel fiets- en wandelroute
- Gratis WiFi
- Gratis parkeren

€89 P.P.

FLETCHER HOTELS

Meer informatie of reserveren? Ga naar www.fletcherhotelsteenwijk.nl/giethoorn of bel +31 (0)521 - 512 311

3 dagen Luxe, cultuur en natuur
in Bergen op Zoom

INHOUD ARRANGEMENT

- Ontvangst met een welkomstdrankje
- 2 x overnachting
- 2 x uitgebreid ontbijt
- 1 x heerlijk 2-gangen diner op de dag van aankomst
- 1 dag toerang tot Stadspark & Wijkparken Thermen
- Informatiepakketje van de omgeving
- Individueel fiets- en wandelroute
- Gratis WiFi
- Gratis parkeren

€95 P.P.

FLETCHER HOTELS

MEER INFORMATIE OF BOEKEN? GA NAAR WWW.FLETCHERSTADSPARKHOTEL.NL/PARTY OF BEL +31 (0)164 - 260 202

FLETCHER HOTELS

3-DAGSE HERFSTKNALLER

25 HOTELS **€75 P.P.**

23 HOTELS **€85 P.P.**

18 HOTELS **€95 P.P.**

Ontdek de herfst bij Fletcher Hotels

3-Daagse Herfstknaller

- Ontvangst met welkomstdrankje
- 2 x overnachting
- 2 x uitgebreid ontbijt
- 1 x heerlijk 2-gangen diner op de dag van aankomst
- Informatiepakketje van de omgeving
- Individueel fiets- en wandelroute

RESERVEREN? WWW.FLETCHER.NL/HERFST OF BEL +31 (0)347 - 750 430

FLETCHER HOTELS

3-DAGSE WINTERKNALLER

24 HOTELS **€65 P.P.**

23 HOTELS **€75 P.P.**

19 HOTELS **€85 P.P.**

Ontdek de winter bij Fletcher Hotels

3-Daagse Winterknaller

- Ontvangst met welkomstdrankje
- 2 x overnachting
- 2 x uitgebreid ontbijt
- 1 x heerlijk 2-gangen diner op de dag van aankomst
- Informatiepakketje van de omgeving
- Individueel fiets- en wandelroute

RESERVEREN? WWW.FLETCHER.NL/WINTER OF BEL +31 (0)347 - 750 430



O-utrecht

Als stagiair bij O-utrecht, een multidisciplinaire ontwerpstudio, was ik medeverantwoordelijk voor uitingen en projecten van verschillende opdrachtgevers.

Zo heb ik meegewerkt aan de uitingen rond de Provinciale Statenverkiezingen 2015 voor de provincie Utrecht en een winactie en loyaliteitsprogramma rond Le Grand Départ van de Tour de France in Utrecht, georganiseerd door Utrechtse winkeliers. Daarnaast had ik mijn eigen project als ontwerper van alle uitingen rondom The Blind Run 2015, een sponsorloop waarin je als duo – waarvan één persoon geblinddoekt – hardloopt voor het goede doel: Bartiméus Sonneheerd, een organisatie die zich inzet ter ondersteuning van de slechtziende en blinde medemens.



Vormgeving 'The Blind Run 2015', zoals het logo en diverse promotiemiddelen, waaronder poster en ansichtkaart



Campagnemiddelen
rondom het
loyaliteitsprogramma
van Le Grand Départ
2015, zoals posters,
kraskaarten, flyers
en een unieke serie
Van Moof-fietsen

VIER HET WIELER FEEST!

ELKE
WEEK
KANS

Win een limited edition
UTRECHT2015 Van Moof fiets
(of 1 van de andere prijzen)



UTRECHT
2015

WIN! ELKE WEEK KANS

De Limited Edition
UTRECHT2015 Van Moof fiets
(of 1 van de andere prijzen)

□ □ □ □ □ □

SLECHTS
10
GEMAAKT!

**VIER HET
WIELERFEEST
EN WIN!**

Bij elke aankoop in de deelnemende winkels krijg je een winkkaart. Op elke winkkaart staat een unieke code waarmee je kans maakt op fantastische prijzen. Succes!

OP 10 JULI IS EEN EXTRA TREKKING EN MAAK JE OOK NOG KANS OP EEN **VIP-WEEKEND** NAAR DE FINISH VAN HET GROOTSTE WIELEREVENEMENT TER WERELD IN **PARIS!**

1 CODE = 2X KANS!

BEWAAR DE WINKKAART VOOR DE PRIJSUITREIKING!

Lees de activatiemiddelen op www.utrecht2015.com/winactie

UTRECHT 2015



WIELER SOUVENIRS

NUNTJE FIETST MEE!

HET GROOTSTE WIELEREVENEMENT TER WERELD START IN UTRECHT!

UNIEK: NUNTJE IN WIELERTENUE

OFFICIËLE POLSBANDIES, TWEEZIJDIG TE DRAGEN

www.UTRECHT2015.COM

Campagnemiddelen
 "Kies jouw Utrecht"
 voor de Provinciale
 Statenverkiezingen,
 waaronder een
 Verkiezingspagina in
 huis-aan-huisbladen
 en advertenties op
 treinstations en
 bussen in de gehele
 provincie



18 MAART: VERKIEZINGEN

Op 18 maart 2015 zijn de Provinciale Statenverkiezingen.

Waarom ga je stemmen? Omdat het gaat over jouw buurt, dorp of stad!

Er valt meer te kiezen dan je denkt

In provincie Utrecht doen 15 politieke partijen mee aan de Provinciale Statenverkiezingen. Alle partijen hebben hun eigen standpunten over een reeks van regionale onderwerpen. Om een bewuste keus te kunnen maken, biedt de provincie Utrecht verschillende kies-hulpjes. Op www.kiesjouwutrecht.nl vind je de Sternwijzer, het Kieskompas en een standpuntenschema. In dit schema zie je in één oogopslag wat de meningen van de partijen zijn over vijf provinciale onderwerpen. Ook kun je op www.kiesjouwutrecht.nl een samenvatting downloaden van de verkiezingsprogramma's.



Alle buslijnen behouden of buslijnen met weinig reizigers schrappen? Een typisch voorbeeld van een keus die Provinciale Staten moeten maken. De provincie is er om het zo goed mogelijk te regelen voor de inwoners van regio Utrecht. Maar wat het beste is, dat is een politieke keus. En die wordt bepaald door hoeveel zetels een politieke partij heeft in Provinciale Staten. Hoe meer zetels een partij heeft, hoe meer invloed die partij heeft op de beslissingen die de provincie neemt. Ook jouw stem op 18 maart bepaalt hoe de 49 zetels straks verdeeld worden in de provincie Utrecht. Op www.kiesjouwutrecht.nl zie je een aantal voorbeelden van provinciale keuzes en lees je de standpunten van de politieke partijen hierover.

Woensdag 18 maart is een bijzondere dag. U kunt die dag twee keer gebruik maken van uw recht om te stemmen. Voor Provinciale Staten en de Waterschappen. U gaat toch ook?"



Wilibrord van Beek
 Commissaris van de Koning van de provincie Utrecht

TOP 3 REDENEN OM TE STEMMEN

Waarom je gaat stemmen is persoonlijk. Dat bepaal je zelf. De provincie Utrecht geeft je graag 3 redenen mee om 18 maart naar de stembus te gaan.

1 Omdat het gaat over jouw buurt, dorp of stad. De provincie is dichterbij dan je denkt. Wandel je weleens in de natuur? Grote kans dat het recreatiegebied is aangelegd in opdracht van de provincie. Vraag jij je ook weleens af waarom kantoorpanden leeg staan en er toch nieuwe bedrijventerreinen worden aangelegd? De provincie zoekt samen met de regio naar oplossingen.

2 Met jouw stem bepaal je welke politieke kleur Provinciale Staten de komende vier jaar hebben.

Want hoe meer stemmen een politieke partij krijgt, hoe meer zetels die partij krijgt in de Staten. En Provinciale Staten zijn de baas van de provincie en bepalen hoe het dagelijks bestuur eruitziet.

3 Provinciale Staten kiezen de Eerste Kamerleden. Zo heeft jouw stem ook invloed op de landelijke politiek. Want bij alle besluiten in Den Haag is een meerderheid nodig van de Tweede Kamer en de Eerste Kamer. En de mening van de Eerste Kamerleden wordt steeds belangrijker om echt besluiten te kunnen nemen.



Stempassen niet ontvangen?

Uiterlijk 4 maart krijg je twee stempassen in de brievenbus. Op 18 maart mag je namelijk twee keer stemmen. Naast de verkiezingen voor Provinciale Staten, kies je 18 maart ook voor een nieuw bestuur van het waterschap in jouw buurt. Heb je beide of één van de stempassen nog niet ontvangen? Neem dan contact op met je gemeente. Kijk op www.kiesjouwutrecht.nl voor een overzicht van alle gemeenten in provincie Utrecht.

KIES JOUW UTRECHT.NL

AGENDA

- 04 MRT** 19:30 uur **Debat over duurzame energie**, Breukelen, georganiseerd door Natuur en Milieufederatie Utrecht
 - 04 MRT** 20:00 uur **Debat**, De Bilt
 - 07 MRT** **U Kiest: tv-debat lijsttrekkers**
 - 10 MRT** 19:30 uur **Interactief debat**, Provinciehuis Utrecht, georganiseerd door WNO/CW
 - 12 MRT** 19:30 uur **Debat over mobiliteit, OV en fietsen**, Amersfoort, georganiseerd door Natuur en Milieufederatie Utrecht
 - 13 MRT** 15:00 uur **Lijsttrekkersdebat**, Dierenpark Amersfoort, georganiseerd door O-Gem
 - 18 MRT** 07:30 uur – 21:00 uur **Provinciale Statenverkiezingen**
 - 19 MRT** 08:00 uur **Uitslagenonbijt met lijsttrekkers**, uitgezonden door RTV Utrecht
- Elke dag zijn er andere activiteiten rondom de verkiezingen, check de agenda op www.kiesjouwutrecht.nl.



**REKEN
AF!**



100% SOCIAAL

de **Beschaving**
FESTIVAL UNIVERSALIS

JUNI 27
LE GRAND
DAY OF ART

BOTANISCHE TUINEN UTRECHT SCIENCE PARK

de **Beschaving**
FESTIVAL UNIVERSALIS

JUNI 27
LE GRAND
DAY OF ART

BOTANISCHE TUINEN UTRECHT SCIENCE PARK

PROVINCIE UTRECHT

WINDMOLENS?
Er valt meer te kiezen
dan je denkt.

 **KIES JOUW UTRECHT.nl**

Doe de kies-hulp op kiesjouwutrecht.nl
en stem 18 maart 2015!

#kiesjouwutrecht

de **Beschaving**
FESTIVAL UNIVERSALIS

JUNI 27
LE GRAND
DAY OF ART

BOTANISCHE TUINEN UTRECHT SCIENCE PARK



Logopediepraktijk Snoek

Door de in Culemborg gevestigde Logopediepraktijk Snoek werd ik gevraagd om de toenmalige huisstijl, welke al enkele jaren niet meer aansloot bij de gebruikswensen, op te frissen tot een moderne huisstijl. Eén belangrijke eis: waarborg het icoon.

De nieuwe stijl staat, mede dankzij het nieuwe kleurenpalet en solide lettertype, voor vertrouwen met een bereikbaar karakter. Zonder af te doen aan de bruikbaarheid: het icoon heeft een sleutelrol gekregen in de herkenbaarheid van 'Snoek' als merk, om op die manier ook individueel te kunnen werken.

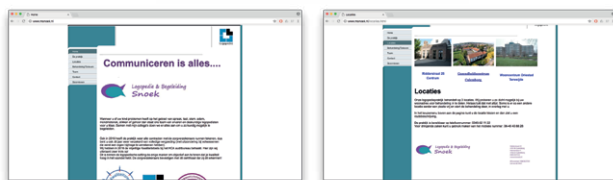
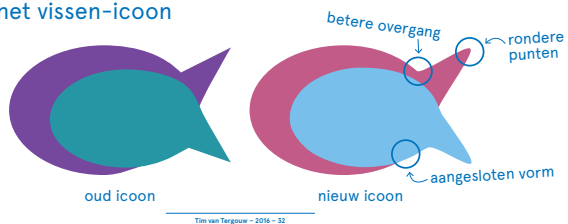
Snoek  Logopedie
Culemborg

Twee pagina's uit het presentatieboekje voor de opdrachtgever, waarin ik mijn stappen en conceptvorming uitleg en presenteer, samen met een kleinschalige analyse van de huisstijl waarvan afscheid zal worden genomen

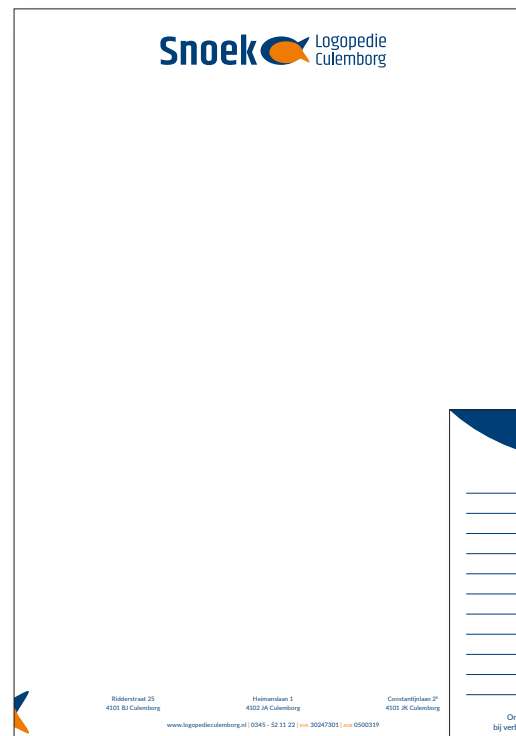
Briefpapier en afsprakenkaart voor cliënten

samenvatting

- > een stoer maar vriendelijk lettertype: Khand
- > ieder logo heeft een eigen kleurenpalet, bestaande uit 2 kleuren
- > 2 voorstellen met een vriendelijkere en rondere vorm voor het vissen-icoon



verouderde vormgeving - donkere kleuren - weinig stijlvast







Communiceren is alles!

Onze specialisatie

- spraakstoornissen
- taalstoornissen
- afwijkende mond-gewoonten/OMFT
- lees- en spellingproblemen
- dysfatische ontwikkeling
- executieve functies
- neurologische stoornissen, o.a. afasie en dysarthrie

Met drie locaties zijn wij altijd in de buurt!

Ridderstraat 25
Constantijnlaan 2
Heimanslaan 1

0345 - 52 11 22
www.logopedieculenburg.nl



Optica Consultancy

De zakelijke verzekeringsbranche is geen sexy werkveld en kan wel een fikse opfrisbeurt gebruiken. Precies wat Robert van Optica ook dacht! Hij wilt het tenslotte graag anders doen en heeft, na het behalen van een belangrijk diploma, de knoop doorgehakt: een eigen onderneming. Want als je het anders wilt doen, kun je het beste zelf je schouders eronder zetten.

Aan mij de eer om Robert een vliegende start te bezorgen met het logo- en huisstijlontwerp. Het logo van 'Optica' symboliseert de gedurfde, nieuwe stap, de groei van Robert en zijn andere kijk op het werkveld. Naast de realisatie van de merkidentiteit, logo en huisstijl verzorgde ik ook de vormgeving van de website.

The logo for 'Optica' is displayed in a bold, blue, sans-serif font. The letter 'O' is stylized as a semi-circle above the 'p'. The word 'ptica' follows in a standard lowercase font. The entire logo is set against a white background.

optica
 Optica nptica
 optica antica
 o__ptica

"Anders kijken, maar zien."
 "Wij doen het ook echt Anders"
 Optica — Anders kijken
 spiegelbeeld?

Optica

optica
 optica optica
 ↑
 kijken naar "Swosh" in de tekst

Optica. Ver kijken, telescoop, omhoog kijken. Groendera kennt.

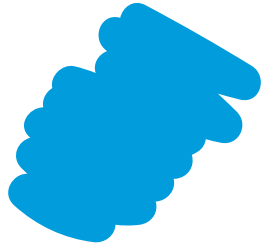
optica

OPTICA
 ↑ ↑
 inclusief "optica" → kijken
 "omgekeerde tussen haakjes"
 optica! optica-ah-a!
 ↑
 optica
 ↑
 optica → omhoog kijken

Optica

optica
 optica
 ↑ ↑
 Toon, kshalen van tekst
 achtergrond / visitekaartje / Appl.
 ↑ ↑
 "de weegschaal" afwegen, overwegen
 In Betaloes: eertijheid, Gerechtigheid.

Twee pagina's uit het presentatieboekje, waarin ik mijn ontwerpstappen en conceptvorming presenter aan de opdrachtgever



hemelsblauw

Alsof 'ie zo uit de lucht gegrepen is, zo blauw (hou dat in je achterhoofd, dat is belangrijk voor bij het logo straks). Je kijkt omhoog, samen met jouw nieuwe visie, naar een strakblauwe lucht. Een schone lei, een frisse start... Klaar om te góán!

Tim van Tergouwe - 2016 - 18



omhoog kijken - opstijgen - groei (zien) - een nieuwe visie

Tim van Tergouwe - 2016 - 7



Solide Werkgeversadvies

Wanneer Maarten het besluit neemt om in de verzekeringsbranche voor zichzelf te beginnen als adviseur, twijfelt hij over de merkidentiteit en naam van zijn onderneming. En dat is waar ik het verhaal binnenstap.

In verschillende conceptsessies ga ik met Maarten in gesprek, geef ik tips en komen we tot 'Solide', een betrouwbare en zelfverzekerde naam in een branche waar het gaat om zeker- en eerlijkheid.

Het logo en de aansluitende stijl symboliseert de sleutelrol van Maarten in het proces, tussen de verzekeringsmaatschappij en verzekerde, waarbij het fluïde kleurverloop aantoont dat Solide Werkgeversadvies een neutrale en buigzame onderneming is.

Als ontwerper was ik ook betrokken bij de realisatie van de website.



solide
werkgevers
advies

The logo consists of a stylized 'S' icon on the left, followed by the word 'SOLIDE' in a bold, uppercase, sans-serif font.

verbinding maken via S-icoon; 'sleutelrol'

The logo features the word 'solide' in a bold, lowercase, sans-serif font. To the left of the text are three horizontal bars of varying lengths, stacked vertically.

vooruitgang en beiden groei zien

The logo shows the word 'solide' in a bold, lowercase, sans-serif font. Above the 'i' is a black speech bubble containing the white text 'werkgevers advies'.

gesprek hebben, advies geven

The logo features a stylized 'S' icon on the left, followed by the word 'solide' in a lowercase, sans-serif font.

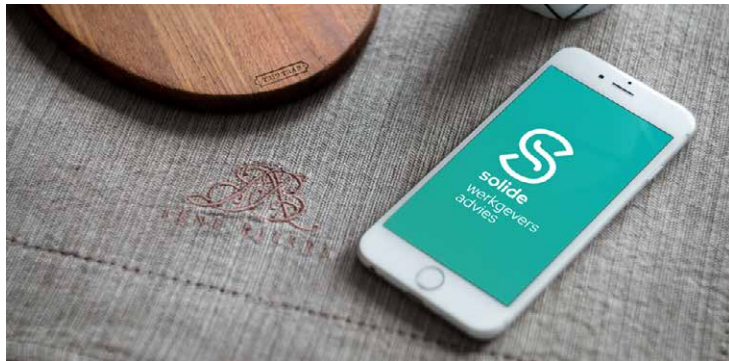
samen het traject afleggen

The logo shows the word 'solide' in a lowercase, sans-serif font, followed by a registered trademark symbol (®).

'met de stempel van Solide'

The logo features a teal-colored stylized 'S' icon above the word 'solide' in a lowercase, sans-serif font.

verbinding maken via S-icoon; 'sleutelrol'



tim van tergoow

Stijlkaart

Solide Werkgeversadvies / Versie 1 / september 2019



solide
werkgevers
advies

Logo
Het beeldicoon, de S, van Solide wordt gevormd door 2 lijnen die samenkomen om elkaar te versterken in het hart. De groene kleur in het logo heeft een licht kleurverloop van licht- naar donkergroen en wordt ondersteund door zwarte tekst in twee verschillende diktes.

In combinatie met de groene S moet de tekst altijd zwart worden afgebeeld. Wanneer dit niet mogelijk is dient het logo volledig, zowel tekst alsook beeld, zwart of wit worden afgebeeld.



Kleuren
Twee groentinten in een kleurverloop zijn, naast zwart en wit, de belangrijkste kleuren in de Solide-stijl.

Lichtgroen pantone 3262 c cmjk 81/0/40/0 rgb 0/191/178 hex #00bfb2	Donkergroen pantone 7473 c cmjk 76/6/44/8 rgb 39/153/137 hex #279989
---	---

Typografie
Binnen de gehele stijl wordt gebruik gemaakt van Red Hat Display, een vriendelijk rond lettertype.

Voor digitaal gebruik wordt er, naast Red Hat Display, gebruik gemaakt van Montserrat. Een helder lettertype wat oogt naar Red Hat Display, met zuivere rondingen en een duidelijke uitstraling.

Red Hat Display
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#%&'()*+,-./:;<=>?[]^_`{|}~

Montserrat
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#%&'()*+,-./:;<=>?[]^_`{|}~



Voorbeelden logo in gebruik
Dankzij de heldere lijnen is het logo aantrekkelijk om te gebruiken op diverse uitingen. Het heeft de voorkeur het logo in volledige kleur, groen en zwart, te gebruiken. Wanneer dit niet mogelijk is, is het toegestaan het logo in enkel wit of enkel zwart af te beelden.

Probeer te vermijden dat enkel de S, zonder de naam Solide, wordt gebruikt.

Stijlkaart / 2019 / 1



