



**Waste
Works**
Brand manual

Inhoudsopgave

Concept

Wat bied het merk aan

Doelgroep

Persona

Merkbeloofte

Merkpersoonlijkheid

Kernwaarden

Slogan

Logo

Kleur

Stijlkenmerken

Typografie

Fotografie

Materiaal toepassing

Tone of voice

Concept

Waste Works is een bedrijf dat van afval wat uit de oceaan gewonnen wordt nieuwe high end producten maakt. Deze producten worden ontworpen door verschillende ontwerpers. Waarbij elk seizoen een andere cultuur of subcultuur in het zonnetje staat. Zo krijg je veel variatie en unieke producten. Het bedrijf zal zich huisvesten in 3 grote steden namelijk Amsterdam, Rotterdam en Eindhoven Dit zijn grote steden in Nederland. Dit betekent dat hier mensen naartoe komen uit veel verschillende culturen en subculturen. De doelgroep waar wij ons op gaan richten zijn vooral de hoogopgeleide omdat deze gemiddeld meer verdienen. De atelier shops lijken op kunsthallen waar het werk centraal staat. De hal en werken die erin staan hebben een urban sfeer en zijn vaak geïnspireerd door de straat en Street art uit diverse culturen. Achter in de hal kunt u een kijkje nemen in de keuken en zien hoe de producten gemaakt worden, Waarin wij voortdurent experimenteren met nieuwe technieken en ideeën.



Wat biedt het merk aan

Plastic afval is overal te vinden in de oceanen op stranden in steden etc. Dit is een erg groot probleem omdat dit is schadelijk voor de mens en dieren. Er zijn nog weinig oplossingen voor dit probleem. Waste Works biedt hier een prachtige oplossing. Om van waardeloos plastic iets moois te maken samen met verschillende ontwerpers echt designproducten te maken. Hierdoor maken wij van iets waardeloos iets heel persoonlijk en duurzaam door elk kwartaal een andere (sub)cultuur in zonnetje te zetten hierdoor stijgt de persoonlijke waarde en koop je een echt uniek stuk (tegenovergestelde van massaproductie zoals bijv. Ikea) . Wij maken van het plasticprobleem iets moois en positiefs.

The Ocean Cleanup program is bezig met het schoonmaken van onze oceanen maar wat gebeurt met al dat plastic? Dat komt voor een deel bij ons terecht. Wij maken hier vervolgens met verschillende ontwerpers luxeproducten mee. Met de verkoop van deze producten gaat een deel van de opbrengst naar de Ocean Cleanup program om hun financieel te ondersteun bij (nieuwe) projecten.

Doelgroep

Waste Works wil zich voornamelijk richten op de hoger opgeleiden met een leeftijd tussen de 25 en 40 jaar, omdat deze doelgroep vaak een goede baan heeft en daarmee gemiddeld een hoger inkomen krijgt. De doelgroep geeft zijn/ haar geld graag uit aan hoogwaardige producten waarbij het design en unieke karakter erg in trek zijn. De doelgroep wil ook bewuste keuzes maken en meewerken aan een betere toekomst met minder vervuiling. Door zijn/haar drukke levensstijl hebben ze hiervoor vaak geen tijd. Waste Works is hier voor hen de geschikte oplossing. Deze doelgroep onderscheidt zich graag van anderen, heeft een urban leefstijl en vindt cultuur en kunst is erg belangrijk hierdoor bezoeken ze hierdoor vaker andere landen en bezichtigen hier culturele bezienswaardigheden.



Personu



Dit is Bram,

Bram heeft net zijn studie bedrijfseconomie aan universiteit Erasmus afgerond en heeft een goedde baan bij verschillende jonge bedrijven. Bram reist veel naar verschillende landen waarbij hij deze bedrijven bezoekt die hij advies geeft hoe een bedrijf zich het best kan ontwikkelen en investeren. Naast dat hij dit doet bezoekt hij in deze landen ook vaak kunsthallen en neemt deel aan cultuurevenementen. Hij vindt het leuk om nieuwe mensen en culturen te leren ontdekken. Bram heeft een vriendin die hij vaak meeneemt op deze reizen. Bram heeft een goed gevoel voor mode en leeft het echte Yup (young urban professional) leven. Bram wil graag meer doen voor onze aarde omdat hij op reis ook geconfronteerd wordt met het feit dat niet alle landen zo schoon zijn als Nederland maar heeft het erg druk waardoor hij hier vaak geen tijd voor heeft.

Merkbelofte

Waste Works: Unieke en verantwoorde designproducten gemaakt van plastic soep

Uitleg:

Bij Waste Works worden unieke producten gemaakt met elk kwartaal een nieuw cultuur of subcultuur die in het zonnetje staat. Deze producten worden gemaakt uit plastic soep dit is plastic wat in oceanen rondrijft. De Ocean Cleanup maakt de oceanen schoon doormiddel van grote installaties die dit plastic uit het water haalt vervolgens komt een deel van dit plastic bij ons terecht wij maken hier nieuwe designproducten van. Met de opbrengst van deze producten gaat een deel hiervan naar de Ocean Cleanup om zijn projecten te ondersteunen.



Merkpersoonlijkheid

Waste Works is een jong bedrijf dat zich veel bezighoudt met onze planeet en de mens. Samen met u maken we van het plasticprobleem iets positiefs. Wij geven podium aan jonge ontwerpers met een eigen stijl die steeds opzoek zijn naar nieuwe technieken. Samen werken wij aan een mooie toekomst waarin wij plastic afval omvormen tot een waardig kunstobject.



Kernwaarden

Milieubewust

Wij zijn milieubewust bezig doordat wij plastic afval een nieuwe bestemming geven.

Sociaal

Samen met u zorgen wij voor een betere toekomst voor onze natuur en klimaat. Dit kunnen wij alleen bereiken door samen te werken wij hebben de klant en The Ocean Cleanup hierbij hard nodig.

Duurzaam

De producten zijn niet alleen duurzaam omdat deze gerecycled zijn maar ook omdat deze producten op kleine schaal gemaakt worden houden we de kwaliteit zeer hoog ook hebben mensen vaak een persoonlijke band met deze producten waardoor ze deze niet snel weg zullen doen.

Exclusief

Met elk kwartaal een nieuw thema en steeds nieuwe jong ontwerpers die zich over deze thema's buigen. Maken wij deze producten exclusief ook omdat deze nooit hetzelfde zijn en omdat wij doormidden van experimenten tot nieuwe ideeën, vormen en technieken proberen te komen.

Persoonlijk

Doordat wij elk kwartaal een nieuwe (sub)cultuur in het zonnetje zetten worden deze producten persoonlijk zo zal de ene lijn u meer aanspreken en misschien meer inspelen op uw gevoel en geschiedenis dan de anderen.

Slogan

Samen met u maken wij van het plasticprobleem iets moois.

Uitleg:

Wij hebben de klant en The Ocean Cleanup hard nodig om samen te werken om ons doel te bereiken namelijk: Een beter klimaat zonder plastic afval. Van het plastic wat wij krijgen van The Ocean Cleanup maken wij iets moois daarmee bedoelen wij de producten die ontworpen worden door onze ontwerpers.

Logo

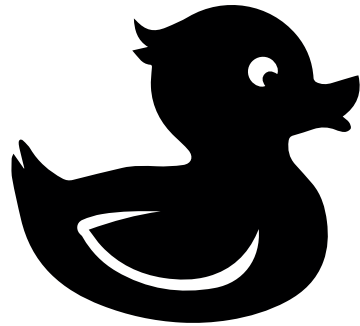
Waste Works heeft het logo van een rubber eendje omdat vogels en andere dieren zo veel plastic eten dat ze er bijna zelf in veranderen het geeft ook aan hoe ver kan je gaan met plastic en wat kun je er allemaal uit kan fabriceren. Een eendje dobbert net als het plasticafval in het water. Ook werd een eend vaker gebruikt in streetart denk hierbij aan Banksy en Florentijn Hofman

Voor nu heb ik het eendje roodgemaakt omdat deze de alarmerende boodschap heeft dat we iets moeten aan doen aan het plasticprobleem Ontwerpers mogen de vorm van de eend niet aanpassen wel mogen ze kleuren en een patronen toevoegen aan de eend die passen binnen het culturele thema van dat seizoen



**Waste
Works**

Kleur



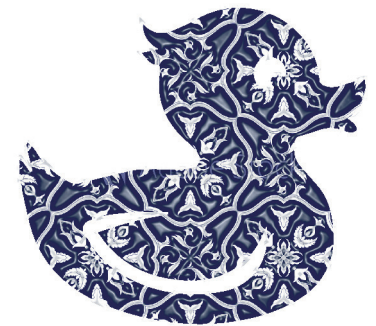
**Waste
Works**

Zwartwit



**Waste
Works**

Dia positief



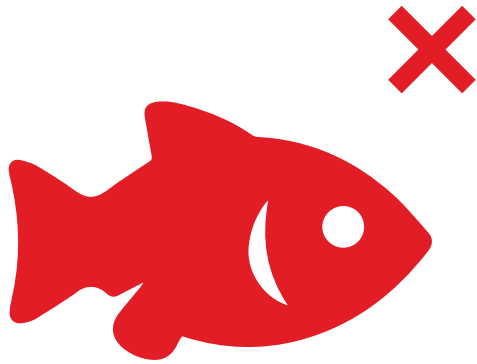
**Waste
Works**

Voorbeeld van bijvoorbeeld

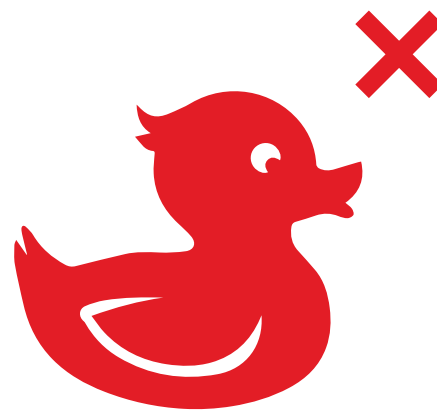
Nedlands thema

Logo misbruik

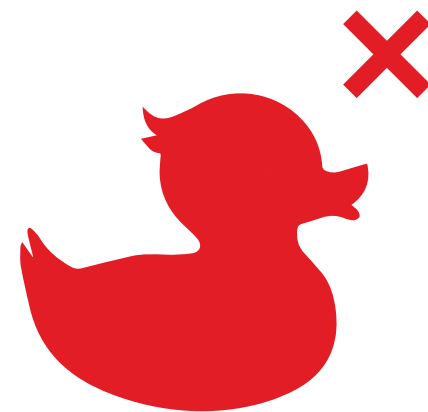
Typografie en de vorm van het logo mag op geen enkele manier aangepast worden



**Waste
Works**



**Waste
Works**



**Waste
Works**

Beeldmerk



Kleur

Naast de kleuren die aanpassen per seizoen hebben we wel 3 kleuren die standaard naar voren komen in onze huisstijl. Rood, Zwart, en Wit

Rood voor onze alarmerende boodschap, duidelijkheid en urban uitstraling.

Wit voor de rust waardoor de werken meer naar voor komen.

Zwart voor de duidelijkheid als contrast op het wit



Pantone P 48-8 C

R 228 C 0
G 14 M 99
B 32 Y 91
 K 0

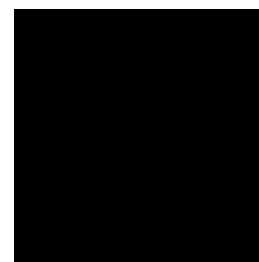
HEX E40E20



Pantone P 1-1 C

R 255 C 0
G 255 M 0
B 252 Y 2
 K 0

HEX FFFFFC



Pantone P

Process black C

R 29 C 0
G 29 M 0
B 27 Y 0
 K 100

HEX 1D1D1B

Stijlkenmerken

De stijlkenmerken van de producten zijn cultuur gericht elk seizoen wordt een andere (sub)cultuur in het zonnetje gezet de stijlkenmerken van de winkel staan wel vast. De winkel ziet eruit als een kunsthall de omgeving straalt rust uit de (meestal) kleurrijke werken staan centraal. De werken worden verlicht door spots en gepresenteerd op blokken gemaakt van OSB-hout om een urban uitstraling te geven aan de hal. De muren zijn wit hier mogen welproducten, toepassingen aan gehangen worden en worden bestickert zo lang dit niet ten koste gaat van de rust van de winkel. De vloer is een giet vloer omdat dit erg duurzaam is en niet snel slijt. Achter in de winkel is de werkplaats zichtbaar voor mensen die een kijkje in de keuken willen nemen.

De website is ook rustig en overzichtelijk waarbij de werken tentoongesteld staan op de homepage. De website verandert per seizoen in de cultuurstijl die in die periode naar voor komt. Waarbij altijd in ieder geval urban en rust wordt toegepast.

Typografie

De broodteks is in verhouding 2/3 kleiner dan de Titels. De kleur mag aangepast worden als dit de stijl van de geldende ontwerpstyl versterkt.

Plaster Regular

Voor de Titels en het logo word het lettertype Plaster gebruikt dit is een creatief, urban en uniek display lettertype.

oboto Regular

Voor de broodtekst word het lettertype Roboto Regular gebruikt omdat dit een duidelijk leesbaar lettertype is wat vriendelijk oogt.

Fotografie

Producten worden op een manier gefotografeerd dat het product centraal staat omgeving trekt niet de aandacht. zie voorbeeld:



Material toepassing



OSB Hout dit word gebruikt voor de blokken waarop het werk gepresenteerd word



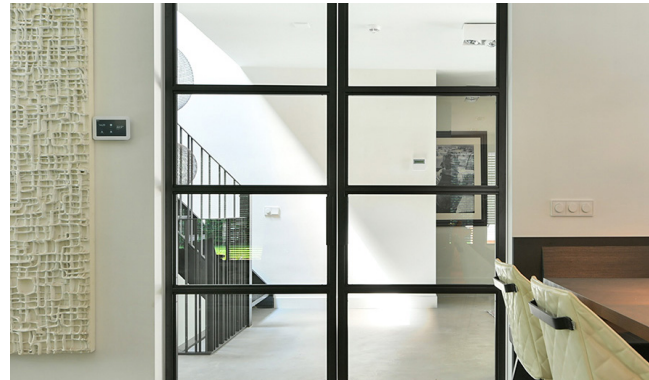
Grijze gietvloer dit is de vloer die door de hele winkel tot in de werkplaats ligt.



Wit geverfde muren. Deze mogen geen andere kleur geverfd worden.



Deze spotlights verlichten het werk (museumspots)



Door deze glaze deuren kom je binnen de winkel is goed zichtbaar vanaf de straat

Tone of voice

Kom gezellig kijken bij ons in de winkel en laat je verrassen door de verschillende ontwerpers die vanuit zijn/haar cultuur verschillende productontwerpen gemaakt heeft. Tevens steunt u bij het kopen van het product The Ocean Cleanup die ervoor gaan zorgen dat de Oceaan weer schoon en veilig wordt voor alles wat erin zwemt. Samen gaan wij voor een beter milieu en laten we van het plasticprobleem iets positiefs maken!

Karakter

Vriendelijk
Creatief
Inspirerend
Motiverend
Professioneel
Bewustwordend

Toon/ Sfeer

Duurzaam
Eerlijk
Vriendelijk
Enthusiast

Taalkeuze

Nederlands
Engels
Informattief
Duidelik
Vriendelijk

Doel

Verkoop
Bewustmaken
Aansporen
Indruk maken
Uniek zijn