

RESTAURANT / PURE KEUKEN

Pure ingrediënten. Aan tafel.

Biologische ingrediënten.
Grasgevoerd vlees en zuivel.
Geen ultrabewerkte ingrediënten.

MERKRICHTLIJNEN & TOEPASSINGEN

Versie 1.0 / 2026

Een eigen merkconcept van Bedrijfsvormgeving



OVER DEZE GIDS

Een merk dat je kunt toepassen.

AARD is een fictief horecaconcept dat gerechten maakt van pure, biologische ingrediënten. Het concept gebruikt grasgevoerd vlees en grasgevoerde zuivel, en sluit ultrabewerkte ingrediënten uit.

Deze gids is bedoeld voor iedereen die communicatie voor het merk maakt: van een socialmediabericht tot een campagne, website of drukwerk. Begin bij het verhaal en gebruik daarna de vaste ontwerpregels.

Fictief merk en fictieve toepassingen. Productbeelden en horecabeelden zijn speciaal gemaakte conceptbeelden; ze tonen geen bestaande onderneming.

01	Het merk	03 - 04
02	Logo en kleur	05 - 10
03	Typografie en beeld	11 - 15
04	Campagnes en middelen	16 - 21
05	Overdracht en controle	22

EEN DUIDELIJKE POSITIE

Waar we voor staan.

Biologische ingrediënten.
Grasgevoerd vlees en zuivel.
Geen ultrabewerkte ingrediënten.

Voor gasten die bewust willen eten en aandacht hebben voor smaak, ingrediënten en de herkomst van hun maaltijd.

01

Puur

De ingrediënten dragen het gerecht. Vertel wat er werkelijk op het bord ligt.

02

Aandachtig

Geef de herkomst, bereiding en mensen achter het eten ruimte.

03

Gastvrij

Maak bewuste keuzes uitnodigend. Eten verbindt; de toon sluit niemand buiten.

HELDER EN GELOOFWAARDIG

Zo klinkt AARD.

Schrijf direct, spreek de lezer aan met je en maak één concreet punt per alinea.

Noem het ingrediënt

WEL ZO

Geroosterde wortel, verse kruiden en boter van grasgevoerde koeien.

LIEVER NIET

Een superfoodboost die je lichaam volledig reinigt.

Vertel de herkomst

WEL ZO

We vertellen je graag waar ons vlees en onze zuivel vandaan komen.

LIEVER NIET

Het gezondste en meest natuurlijke eten dat er bestaat.

Nodig uit

WEL ZO

Schuif aan. Ontdek wat het seizoen op tafel brengt.

LIEVER NIET

Eet jij nog steeds verkeerd? Kies eindelijk voor puur.

VASTE AFZENDER

Het begint bij herkenning.



Primaire logocombinatie

Het beeldmerk en woordmerk vormen één geheel. Gebruik altijd het originele bestand; typ het woordmerk niet na. Verander de onderlinge afstand, lijnvoering en verhoudingen niet.

Het beeldmerk brengt zon, grond en een kom samen.
Een eenvoudige vorm die herkomst en gastvrijheid verbindt, zonder een keurmerk na te bootsen.

DE JUISTE VARIANT

Eén familie, drie toepassingen.



PRIMAIR

Voor websites, campagnes en herkenbare merkcommunicatie.



MET OMSCHRIJVING

Voor een eerste kennismaking, gevel, presentatiestart of nieuw kanaal.



ALLEEN BEELDMERK

Voor favicon, profielbeeld of kleine merkdrager binnen een herkenbare context.

Gebruik de negatieve variant uitsluitend op een rustig, donker merkvlak. Zet het logo niet in een los kader tenzij dat onderdeel is van een vast sjabloon.

LOGOGEBRUIK

Ruimte is onderdeel van het logo.



x = een kwart van de hoogte van het beeldmerk.

Houd rondom de volledige logocombinatie minimaal x vrij. Op een foto telt ook visuele drukte als obstakel. Geef het logo meer ruimte wanneer het formaat dat toelaat.

Primaire combinatie

Drukwerk 32 mm

Digitaal 180 px

Met omschrijving

Drukwerk 50 mm

Digitaal 260 px

Los beeldmerk

Drukwerk 8 mm

Digitaal 24 px

Dit zijn minimumformaten. Controleer leesbaarheid op het uiteindelijke materiaal en op het werkelijke schermformaat.

HOUD DE IDENTITEIT INTACT

Geen nieuwe versie van het logo.

✕



Niet uitrekken

✕



Niet draaien

✕



Geen andere kleuren

✕



Geen schaduw of gloed

✕



Niet op te weinig contrast

✕



Niet zelf opnieuw zetten

KLEUR MET EEN FUNCTIE

Een rustig palet. Eén gericht accent.

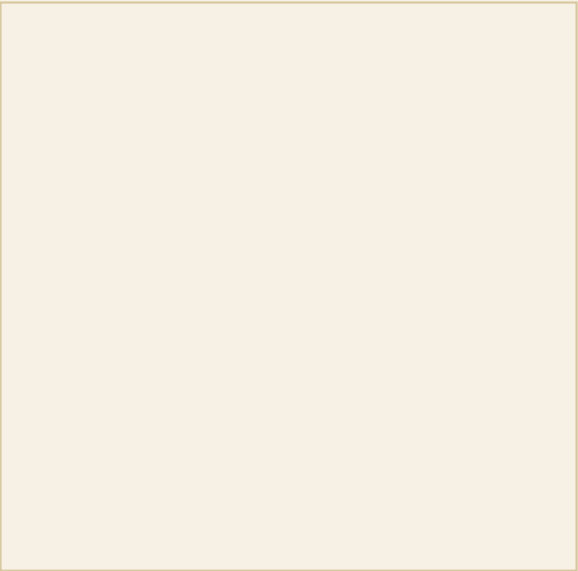


Basiskleur / donker

#293D2D

RGB 41 / 61 / 45

CMYK 33 / 0 / 26 / 76



Basiskleur / licht

#F7F0E4

RGB 247 / 240 / 228

CMYK 0 / 3 / 8 / 3



Actie / accent

#9A4F2E

RGB 154 / 79 / 46

CMYK 0 / 49 / 70 / 40

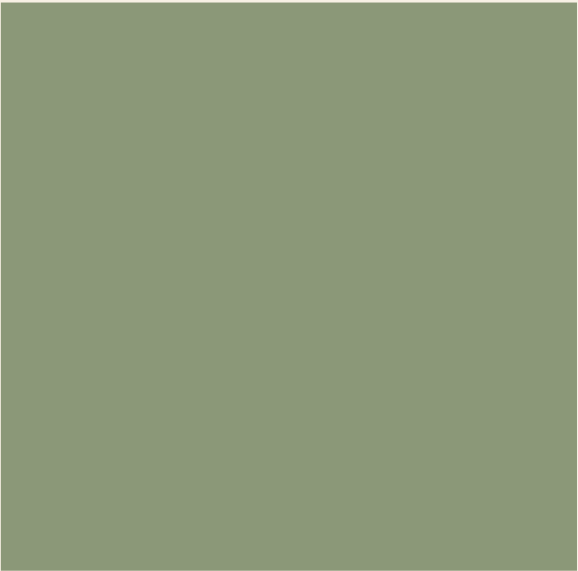


Ondersteunend

#D7C89E

RGB 215 / 200 / 158

CMYK 0 / 7 / 27 / 16



Secundair

#8B9878

RGB 139 / 152 / 120

CMYK 9 / 0 / 21 / 40

Richtverhouding: 60% lichte basis, 25% donker, 10% ondersteunend en maximaal 5% accent. Foto's vallen buiten deze verhouding.

CMYK is een startwaarde. Laat de drukker omzetten voor het gekozen profiel en materiaal en beoordeel een proefdruk.

DIGITALE TOEPASSINGEN

Kies kleurparen die leesbaar blijven.

Onderstaande combinaties halen minimaal 4,5:1 contrast voor gewone tekst.

Goed leesbaar.

10.3:1 contrast

Goed leesbaar.

10.3:1 contrast

Goed leesbaar.

5.9:1 contrast

Goed leesbaar.

7.0:1 contrast

Gebruik kleur nooit als enige informatiedrager. Benoem een status ook in tekst. Test tekst op foto's per uitsnede; zet zo nodig een rustig kleurvlak onder de tekst.

Toetsingsbasis: WCAG 2.2, 1.4.3.
Bron en overdracht: pagina 22.

DE LETTERFAMILIE

Warm van toon. Helder om te lezen.

Georgia
Aa 0123

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 & ? !

KOPPEN EN MERKTAAL

Georgia Regular en Italic

Een rustige schreeffletter geeft de keuken een eigen, gastvrije stem. Cursief is een accent, geen standaard voor hele alinea's.

LOPENDE TEKST EN INFORMATIE

Arial Regular / Arial Bold

Voor praktische informatie, knoppen, bijschriften en tabellen. Gebruik vet om te structureren, niet om een hele alinea nadruk te geven.

VASTE VERHOUDINGEN

Een duidelijk ritme voor iedere uiting.

VOORBEELD

DESKTOP / GROOTTE EN REGELAFSTAND

MOBIEL

HOOFDKOP

Schuif aan.

64 / 68 px

42 / 46 px

TUSSENKOP

Aandacht voor detail.

36 / 42 px

28 / 34 px

LOPENDE TEKST

Een concreet verhaal leest prettig.

18 / 28 px

16 / 25 px

BIJSCHRIFT

Een kleine toelichting, goed leesbaar.

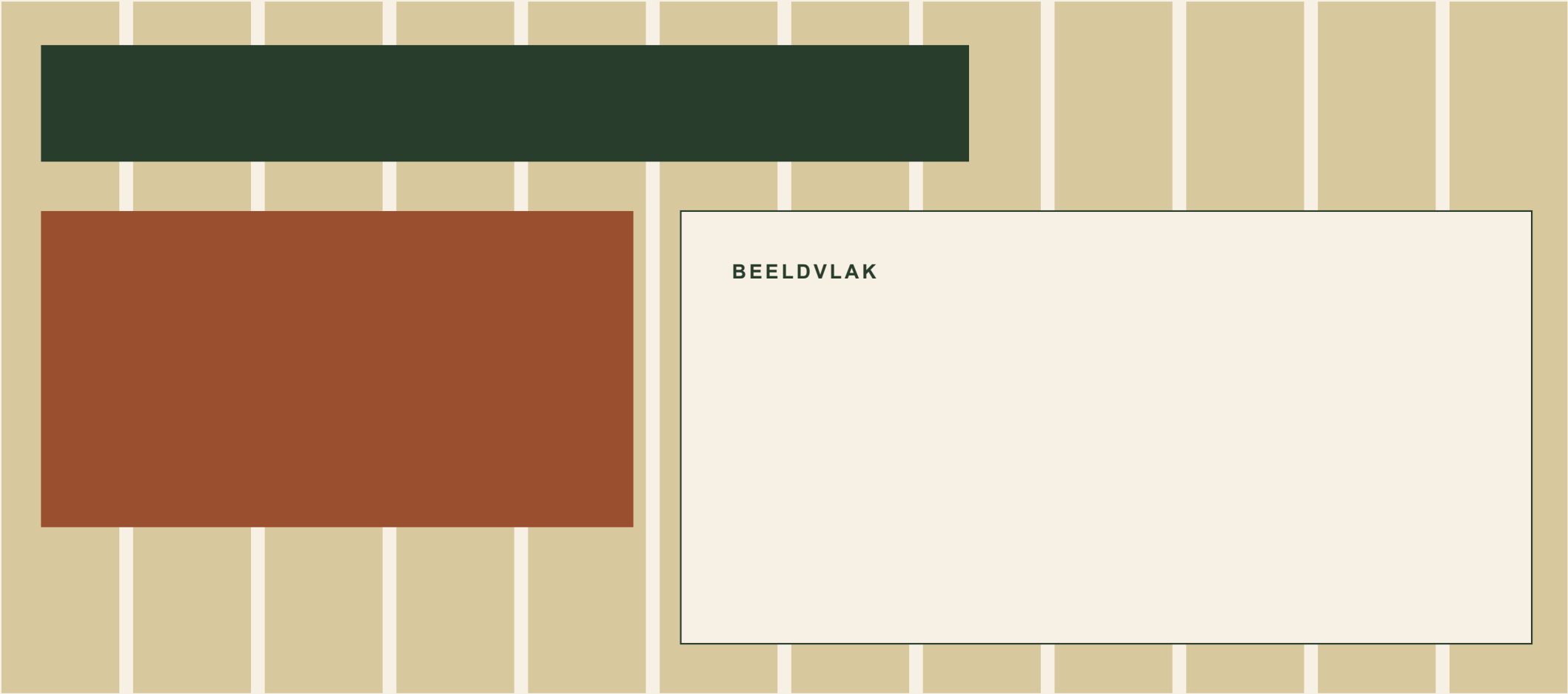
13 / 19 px

12 / 18 px

Lijn tekst links uit. Houd lopende tekst bij voorkeur tussen 45 en 75 tekens per regel. Laat woorden heel, zet geen complete alinea's in kapitalen en gebruik geen uitvulling.

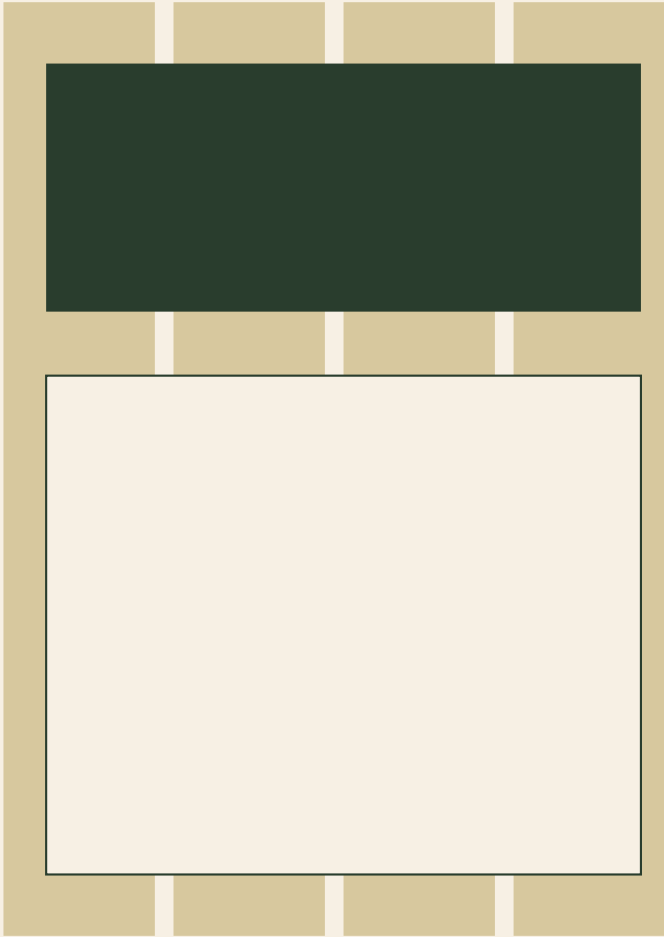
EEN VASTE ONDERBOUW

Vrijheid binnen duidelijke lijnen.



Kop en tekst volgen dezelfde linkerlijn.

Desktop: 12 kolommen / 24 px tussenruimte / 64 px zijmarge.

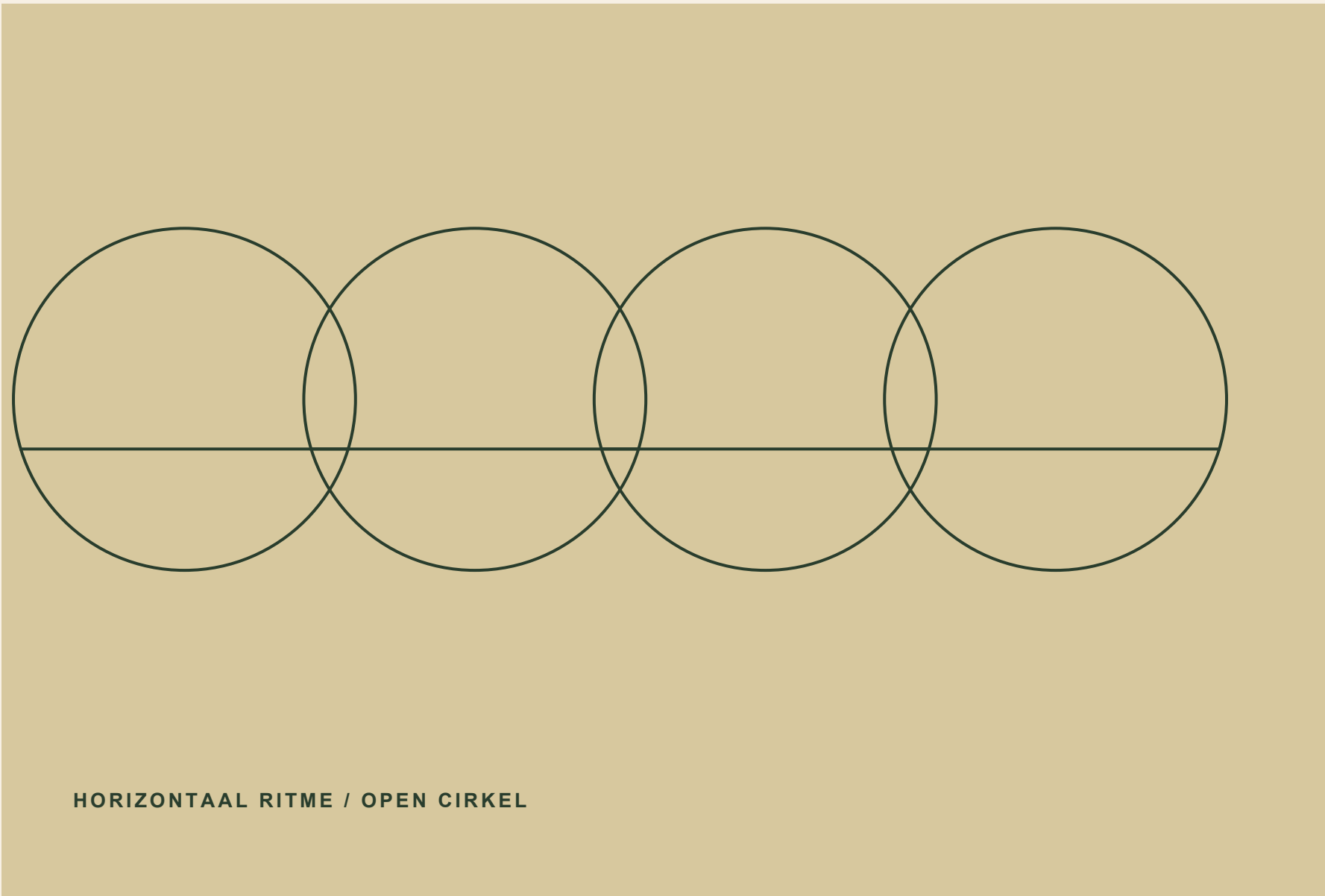


Mobiel

4 kolommen
16 px tussenruimte
24 px zijmarge

HERKENBARE BOUWSTENEN

Van grond naar tafel.



Gebruik de horizon en cirkel als rustige lijnillustratie. De vormen verbinden ingrediënt, bord en landschap zonder letterlijk decor te worden.

Werk met stappen van 8 px voor afstanden. Herhaal een vorm beperkt en geef de inhoud altijd voorrang. Vermijd decoratie achter lange teksten.

Beweging blijft functioneel: korte overgangen, geen permanente animatie. Respecteer de instelling voor minder beweging.

BEELDEN MET EEN TAAK

Laat zien wat je aanbiedt.



Conceptbeeld / gemaakt voor deze identiteit

DE BEELDKEUZE

Laat het gerecht en de ingrediënten herkenbaar zien. Werk met natuurlijk zijlicht, keramiek, linnen en rustige tafels. Houd kleuren geloofwaardig en porties realistisch.

LAAT ACHTERWEGE

Geen kunstmatige glans, drukke decoratie of ingrediënten die niet in het gerecht zitten. Vermijd beelden die gezondheid of certificering suggereren zonder onderbouwing.

EEN HOOFDBOODSCHAP

Van merkregels naar een echte uiting.



VAN HET SEIZOEN

Eerlijk koken. Goed eten.

Pure, biologische ingrediënten.
Met aandacht bereid.

[Ontdek de menukaart](#)

01

Eén belofte

Laat de kop en het beeld samen vertellen
wat het merk aanbiedt.

02

Eén vervolgstap

Kies één duidelijke oproep. Voeg geen
tweede, concurrerende actie toe.

HET MERK OP IEDER SCHERM

Een heldere route naar de volgende stap.



Menukaart / Onze keuken / Aan tafel

Pure keuken.
Met aandacht
voor herkomst.

Bekijk de menukaart





Puur eten.
Schuif aan.



Reserveer

De kern blijft gelijk: herkenbare afzender, één boodschap, een leesbaar beeld en een duidelijke actie.

EEN FAMILIE VAN BERICHTEN

Afwisseling met een vaste afzender.



Beeld / aanbod

Vierkant sjabloon / 1080 × 1080 px



Vraag / gesprek

Vierkant sjabloon / 1080 × 1080 px



Inzicht / verhaal

Vierkant sjabloon / 1080 × 1080 px

VAN LOSSE POSTS NAAR EEN RITME

Een maand met samenhang.

Voorbeeldagenda: onderwerpen en frequentie worden afgestemd op kanaal, doelgroep en beschikbare inhoud.

WEEK 01	Het gerecht	Een seizoensgerecht met de belangrijkste ingrediënten.	Kennismaken
WEEK 02	De herkomst	Een ingrediënt, boer of producent met een concreet verhaal.	Begrijpen
WEEK 03	In de keuken	Een bereiding of keuze zichtbaar maken.	Vertrouwen
WEEK 04	Aan tafel	Sfeer, gastvrijheid en een uitnodiging om te reserveren.	In gesprek

Werkwijze: plannen → maken → controleren → publiceren → reacties en aanvragen bespreken.

INFORMATIE DIE HOUVAST GEEFT

Ook de details dragen het merk.



EEN PROEF VAN HET SEIZOEN

Geroosterde wortel

Verse kruiden, huisgemaakte yoghurt en geroosterde zaden.

Rund van de grill

Grasgevoerd rund, seizoensgroenten en eigen jus.

Fruit uit de oven

Seizoensfruit, room van grasgevoerde koeien en noten.

Voorbeeldkaart / Alle ingrediënten biologisch. Geen ultrabewerkte ingrediënten.

De belofte in gewone taal

Biologische ingrediënten. Vlees en zuivel van grasgevoerde dieren. Geen ultrabewerkte ingrediënten in gerechten, sauzen of bijgerechten.

Zorgvuldige informatie

Noem herkenbare ingrediënten en leg bereidingskeuzes uit. Houd informatie over herkomst en allergenen actueel. Gebruik keurmerken alleen wanneer het gebruik daarvoor is geregeld.

OOK BUITEN HET SCHERM

Dezelfde lijn, van groot tot klein.



Meeneemverpakking, cadeaukaart en tafelkaart.

KLAAR VOOR DE VOLGENDE MAKER

Een herkenbaar merk vraagt om beheer.

Logo en bestanden

Lever vectorbestanden aan voor drukwerk en SVG voor digitaal. Gebruik PNG alleen wanneer transparantie nodig is en vector niet kan.

Sjablonen en inhoud

Bewaar vaste sjablonen voor campagnes en social media. Geef beeldkeuzes, teksten en kanaalformaten mee aan een nieuwe maker.

Versiebeheer

Wijs één beheerder aan. Werk met versienummer en datum en bewaar goedgekeurde bestanden op één vaste plek.

CONTROLE VOOR PUBLICATIE

- 01 Juiste logoversie en voldoende vrije ruimte
- 02 Leesbaar kleurcontrast en passende lettergroottes
- 03 Eén herkenbare boodschap en duidelijke vervolgstap
- 04 Beeld en tekst passen bij het merk en het kanaal
- 05 Productclaims of herkomstgegevens gecontroleerd
- 06 Laatste goedgekeurde versie gebruikt

Vragen over toepassing of uitbreiding?
Bedrijfsvormgeving / info@bedrijfsvormgeving.nl

Contrastbron: W3C, Understanding WCAG 2.2, 1.4.3
www.w3.org/WAI/WCAG22/Understanding/contrast-minimum.html