



Brandbook VVV Texel

door Another Destination Story





Foto door: Justin Sinner

VVVoorwoord

VVV Texel heeft zich de afgelopen jaren ontwikkeld tot een modern marketingplatform. Een mooi moment om ook onze merknaam en huidige merkelementen tegen het licht te houden.

Uit onderzoek is gebleken dat we in het verleden onvoldoende ruimte hebben genomen om onze gast, en zelfs een deel van onze achterban, precies te vertellen wie we zijn en waar we voor staan. Terwijl dit VVV Texel nu juist zo uniek en onderscheidend maakt. Wie is VVV Texel, waar staan we voor, wat willen we uitstralen en wat betekent dit voor Texel als merk en product? Precies deze uitdaging zijn we samen met Another Destination Story aangegaan. Met als resultaat een frisse, eigentijdse huisstijl en een passende pay off.

Dit is het VVV Texel brandbook. Alles wat je wilt weten over ons nieuwe jasje en meer, vind je hierin terug. Want bij VVV Texel vind je altijd meer.

Met gastvrije groet,

Frank Spooren
Directeur VVV Texel



Een eiland met inhoud

ONS MERK

Voorwoord	3
Introductie	6
Texel, ons verhaal	7
Wie zijn wij?	8
Partners	9
Merkstrategie	10
Merkvizier	11
Merkwaarden	12
Productpijlars	14
Essentie & doel	17
Doelgroep	18
Contact	76

VISUAL IDENTITY

Visual identity	24
Logo	26
Icoon	28
Naamlogo en icoon	30
Kleur	32
Kleurgebruik	34
Logo gebruik	36
Pay-off	38
Lettertype	40
Tone of Voice	42
Fotografie	56
Stramien	54
Voorbeelden	60
Digitaal	66
Kleurgebruik digitaal	70

Introductie

Wij van VVV Texel zijn op een missie. Namelijk: Texel met het juiste verhaal op de kaart zetten. Want VVV Texel is veel meer dan alleen een handig informatiepunt. Dagelijks inspireren en verleiden we onze (potentiële) gasten om naar Texel te komen. En voor mensen die het eiland al kennen, valt er altijd meer te ontdekken. We nemen onze gasten mee tijdens de hele customer journey en maken hun ervaring met Texel onvergetelijk.

Om deze missie zichtbaar te maken, steken we VVV Texel in een nieuw jasje. Een frisse look & feel, ondersteund door de pay off: 'Hier vind je meer.'

Dit brandbook biedt je alle handvaten om VVV Texel op de kaart te zetten. Wie zijn we, waar staan we voor, wie zijn onze doelgroepen, hoe spelen we in op hun behoeften, wat is onze nieuwe visuele identiteit en hoe passen we deze toe: je leest het allemaal in dit document. Het doel? Jou te helpen het juiste verhaal over VVV Texel te vertellen.

Voor wie?

Dit brandbook is bedoeld voor:

- Medewerkers van VVV Texel
- Partners van VVV Texel
- Iedereen die communiceert namens VVV Texel
- Content Creators die werken met of voor VVV Texel



Het verhaal van Texel

Ontmoet het grootste en meest veelzijdige Waddeneiland van Nederland: Texel.

Een eiland waar gezelligheid, rijke flora en fauna, cultuur en een flinke dosis geschiedenis hand in hand gaan. Zo beslaat het Nationaal Park Duinen van Texel meer dan een kwart van het eiland en vind je er 40 officiële natuurgebieden. Ook tref je overal op het eiland overblijfselen aan van de roerige geschiedenis én is er een rijk cultureel aanbod. Te midden van dit alles vind je zeven authentieke dorpjes, ieder met hun eigen sfeer en karakter. Hier dompel je je onder in een ruim aanbod aan restaurants, cafés en winkels. Overal wordt er veel aandacht besteed aan kwaliteit en goede voorzieningen, waarbij het lokale karakter op nummer 1 staat.

Kortom: Texelaars zijn trots op hun eiland en delen dit robuuste eilandgevoel graag met hun gasten!

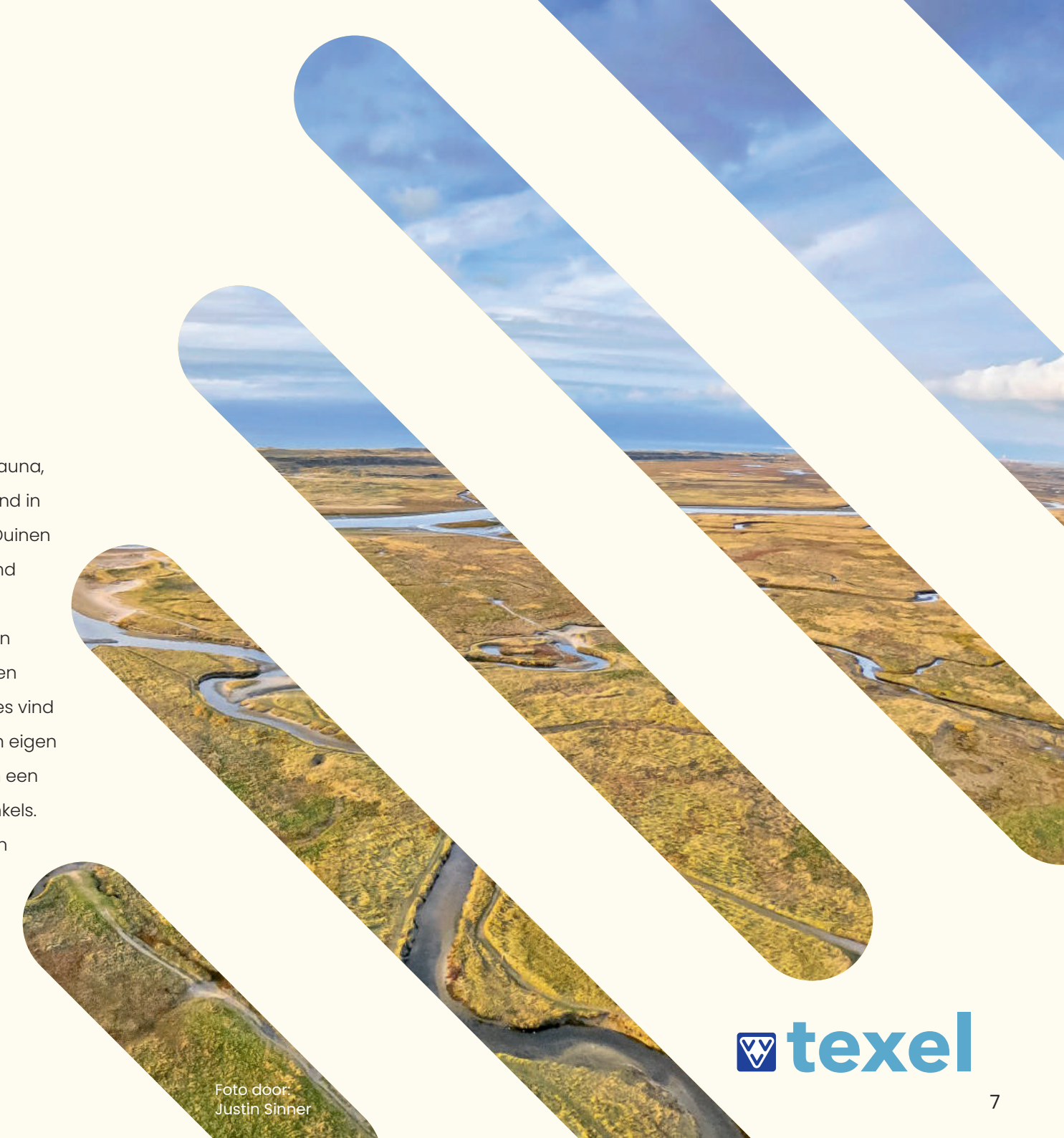


Foto door:
Justin Sinner

Wie wij zijn?

VVV Texel is in 1898 opgericht als vereniging en vanaf 1986 overgegaan in een stichting: Stichting VVV Texel Promotie. De stichting wordt ondersteund door drie strategische partners, waarin alle Texelse belanghebbenden zijn vertegenwoordigd: Gemeente Texel, veerdienst TESO en het Texels Ondernemers Platform (TOP). Deze collectieve samenwerking heeft geleid tot een krachtig platform en is uniek te noemen in Nederland.

Stichting VVV Texel Promotie kent 4 kerntaken:

1. Promotie en marketing van Texel als vakantiebestemming.
2. Bieden van boekingsmogelijkheden met als doel een verblijf op Texel.
3. Informatieverschaffing aan en inspireren van gasten.
4. Verstrekken van inzichten in ontwikkelingen die in relatie staan tot het toerisme op Texel.

Van uitvoerder naar katalysator

De afgelopen jaren vond er een belangrijke verschuiving plaats in onze activiteiten. Waar VVV Texel voorheen traditionele informatieverschaffing en eilandpromotie als belangrijkste kerntaken had, zijn we tegenwoordig een belangrijke speler op het gebied van accommodatieboekingen en andere diensten voor Texel.

Daarnaast groeit onze rol als waardevol toeristisch adviseur en hebben we, in samenwerking met onze stakeholders, het kennisplatform KADO Texel gelanceerd. Hiermee zijn we getransformeerd tot een volwaardig marketingplatform. Het platform richt zich op gast, ondernemer én inwoner van Texel. Oprecht een plek voor de toekomst. De komende jaren zal VVV Texel organisch steeds meer in haar rol van uitvoerder naar katalysator groeien.



Foto door: Justin Sinner

Onze strategische partners



Gemeente Texel

Toerisme is voor de gemeente Texel van oudsher erg belangrijk. De gastvrije Texelaars werken voor het overgrote deel in de toeristische sector. Voor de gemeente Texel is het dan ook van belang om de aantrekkelijkheid van het eiland (nachtelijke duisternis, natuur & landschap, ruimte & rust, cultuurhistorie & identiteit en eilandgevoel) te bewaken. Hierbij blijven we ook gericht op de balans van toerisme en leefbaarheid. Om Texel te promoten heeft de gemeente Texel in 1986 samen met TVO, TVL (thans TOP) en de TESO de Stichting VVV Texel Promotie opgericht. Om deze promotionele taak te kunnen uitvoeren levert de gemeente Texel – evenals TOP en TESO – jaarlijks een bijdrage aan de VVV Texel. Onze ambitie is een welvarend eiland waar Texelaars prettig wonen en waar gasten in alle rust kunnen genieten van het eiland.



TESO

Texels Eigen Stoomboot Onderneming onderhoudt sinds 1907 de veerdienst tussen Den Helder en Texel. Van de ruim 3.100 aandeelhouders is het grootste gedeelte Texelaar. Sinds de oprichting van TESO is het doel hetzelfde gebleven: het verzorgen van een goede, betaalbare bootverbinding tussen Texel en de vaste wal. De kwaliteit van de dienstverlening en een stabiele verbinding staan voorop. Winst die wordt gemaakt, investeert TESO primair in veiligheid, kwaliteit en continuïteit.



TOP

TOP is met 900 leden de grootste ondernemersorganisatie van Texel en uitstekend georganiseerd. Dankzij de samenwerking met VVV Texel, veerdienst TESO en de gemeente behoort TOP tot de grotere ondernemersorganisaties van Noord-Holland. Daarnaast zijn er nauwe samenwerkingen met Koninklijke Horeca Nederland, LTO Noord afdeling Texel, INRetail en MKB Nederland.

Merkstrategie

“Het doel van de nieuwe merkstrategie is om een plek in het hoofd en het hart van de doelgroep te veroveren. Een unieke, duidelijke, relevante én gunstige plek. Door het uitrollen van de merkstrategie bouwen we aan de relatie tussen merk en mens. Om op die manier merkambassadeurs te creëren en onze impact te maximaliseren.”



Merkvizier



Onze merkwaarden Fantastisch gevoel

Een Texelaar doet het op zijn eigen manier. En dat voel je. Het Texelgevoel is authentiek, robuust, ondernemend, oprecht en vooral: enorm gastvrij. Net als VVV Texel dus.



Dienstbaar

Zorg en toewijding zijn onze 'middle names'. Onze **gasten en partners staan centraal** in alles wat we doen. Want we geven oprecht om jou en doen er alles aan om je een onvergetelijke Texel-ervaring te bieden.

Vragen, wensen of andere zaken? Ze krijgen onze **volle aandacht en interesse**. Gewoon omdat ze dat verdienen.



Wij zijn locals

Op zoek naar lokale tips en info? Bij ons ben je aan het juiste adres. Want wij zijn van Texel en **'we kennen elke centimeter van het eiland!'**. Daardoor zijn we altijd op de hoogte en kunnen we onze gasten van de beste adviezen voorzien. Het zit simpelweg in ons DNA om alles wat het eiland biedt, te delen.

Maar wat je ook bij ons komt halen: **we geven het weer terug aan Texel**. We werken met Texelse ondernemers en bieden daarom alleen lokale producten en diensten aan. "Wij zijn niet alleen de absolute eilandexpert, maar je vertrouwen in ons draagt ook direct en nadrukkelijk bij aan de economie van Texel!" Een win-win situatie.



Persoonlijk

Wij zijn er voor jou! Want het draait niet om ons, wij draaien om onze gast en ondernemer.

Oprechte aandacht, empathie en een service die verder gaat dan je verwacht. Wij van VVV Texel staan voor je klaar. Altijd. We zorgen ervoor dat elk contact er één is om nooit te vergeten. Door deze persoonlijke ervaring op maat te bieden, laten we gasten bloeien en ondernemers excelleren in hun aanbod en activiteiten.



Verrassen

Een fantastisch gevoel krijg je niet als we slechts doen wat je van ons vraagt. Dus of het nou om een boeking of advies gaat, wij zetten altijd een stapje extra en geven je net wat meer dan dat je van ons vraagt. Voor jou misschien een verrassing, voor ons meer dan vanzelfsprekend.

Er valt altijd wat te winnen, dus bij VVV Texel vind je meer.

VVV Texel heeft gekozen voor een aantal productpijlers binnen de communicatie. Afhankelijk van het moment of de doelgroep wordt de focus gelegd op een bepaalde pijler. Hier worden de verschillende pijlers toegelicht.

Productpijlers



Natuur

Trek erop uit! Want nergens vind je zoveel verschillende landschappen als op Texel. En dat op zo'n beperkte oppervlakte. Een groot duingebied met veel variatie, gemengd loof- en dennenbos, heide, uitgestrekte stranden, het wad en kwelders met bijzondere vegetatie. Maar vergeet ook niet het weide- en akkerbouwgebied met tuunwallen, schapenboeten, glooiend terrein en polders. Vogelliefhebbers, maak je borst maar nat. Want nergens anders in Nederland zie je zoveel verschillende vogelsoorten dan op Texel.

Kortom: De natuur op en rondom Texel is werkelijk uniek!



Cultuur

Vervelen komt niet in ons woordenboek voor. Op Texel valt er namelijk altijd wat te beleven op cultureel gebied. Zo worden er het hele jaar door verschillende evenementen georganiseerd en is er aan uitjes en musea geen gebrek. Wat dacht je bijvoorbeeld van een bezoek aan de vuurtoren of een authentieke kaasboerderij? Voor jong en oud is Texel cultureel vertegenwoordigd. Leuk om te weten: het authentieke karakter van het eiland inspireert vele kunstenaars tot het maken van de mooiste creaties.

Ondanks het rijke aanbod geldt boven alles: niks moet, alles mag.



Actief

Over land, zee of door de lucht? Overal kun je actief zijn, maar niet zoals op Texel. Op het eiland kun je heerlijk wandelen en (sportief) fietsen, maar ook wadlopen, paintballen en paardrijden. Watersportliefhebbers halen hun hart op met kiten, windsurfen, suppen en zwemmen. Ben je toe aan een grotere uitdaging? Boek dan een parachutesprong en ervaar Texel vanuit de lucht.

Inspannend of ontspannen, alleen of samen? Op Texel kan het allemaal.



Gastronomie

Ook op culinair gebied heeft Texel veel te bieden. Net als het oprechte karakter van het eiland, vind je hier ook eerlijk voedsel. Eten dat op een ambachtelijke manier, op het eiland zelf, is geproduceerd. Denk bijvoorbeeld aan het wereldberoemde Texelse lamsvlees, schapenkaas en kruidenbitters, superverse asperges, Texels bier, kokkels, garnalen en verrukkelijke oesters.

Er zijn maar liefst 150 horecagelegenheden op Texel waar je heerlijk uit eten kunt gaan. Van leuke eetadresjes met een eenvoudige keuken tot aan restaurants met een Michelinster: je vindt het op ons eiland! Loopt het water je al in de mond?



Shopping

Naast natuur, cultuur, activiteiten en uitstekende gastronomie, bieden de zeven dorpjes je ook volop winkelplezier. Maar let op: shopping is hier anders dan anders. Op Texel vind je nog heel veel originele boetiekjes en beeldbepalende speciaalzaakjes, waarvoor sommige gasten zelfs speciaal naar Texel komen.

Dus of je nu alleen, met je moeder, vriendin, partner of het gezin gaat winkelen: geniet van al het moois dat het eiland je te bieden heeft. PS. Vergeet niet wat lokale souvenirs mee te nemen voor de thuisblijvers!



Essentie & doel Voor onze gasten

Van inspiratie tot het boeken van je verblijf, het actuele platform van VVV Texel is de betrouwbare schakel tussen gast en ondernemer. Onze grote meerwaarde is dat we er alles aan doen om jou het ultieme Texelgevoel te bezorgen. Hoe we dat doen? Simpelweg door jou de hele reis te bedienen. Tijdens het oriënteren op de bank thuis, de daadwerkelijke boeking, de boottocht, tot aan een perfect verblijf voor jou en je familieleden.

Bij VVV Texel vind je meer.

Doel- groep



“We willen gewoon optimaal genieten tijdens onze vakanties.”

Sarah Kasberg

Sarah en haar partner willen onthaasten en ontspannen. Los zijn van verplichtingen, alle tijd hebben voor elkaar, een nieuwe omgeving ontdekken. Als stel hebben ze veel gereisd, de hele wereld over, backpacken, avontuur. Nu, met de kinderen erbij, komt dat er niet meer van en zoeken ze het dichterbij.

Gezinsauto en elektrische bakfiets.
Vrije tijd: naar de kinderboerderij, feestjes/eten met vrienden, coffee to go, terrasjes, sportschool/yoga

Ze doen veel met vrienden en familie. Opa en oma gaan soms mee op vakantie.

Over Sarah

- Nog nooit op Texel geweest
- Jong gezin met oudste kind < 5 jaar
- Haarlem
- Vrouw
- Werkt - 32 uur
- Tweeverdieners
- Projectmanager Gemeente
- 34 jaar



Kenmerken

- Nog niet van schoolvakanties afhankelijk.
- Zoeken comfort in verblijf, dichtbij faciliteiten en in de accommodatie ook alles voorhanden (babybed, bad enz.)
- Graag buiten zijn, rustig strand
- Persoonlijke tips zijn belangrijk
- Zekerheid

Waarom VVV Texel?

- Hier boek ik alles voor mijn vakantie op één plek
- Persoonlijk contact
- Alle tips en informatie bij elkaar



Drivers

- Vakantie moet iets bijdragen aan opvoeding van kind.
- Kind blij, ouders blij
- Kindermenu's en activiteiten voor de kinderen
- Tijd hebben voor elkaar

Barrières

- Te weinig informatie over accommodatie
- Niet gemakkelijk online kunnen boeken
- Open eindjes



“Vakantie is een cadeautje voor ons samen”

Marianne Donkersloot



Wel eerder naar het buitenland geweest, maar georganiseerd (bijv. Kras rondreis of pakketreis). Zij en haar partner zoeken een comfortabel, betaalbaar en fijn verblijf, waar ze kunnen genieten van de natuur en tijd samen.

Zij doet vrijwilligerswerk. In haar vrije tijd gaat ze graag wandelen of fietsen en is ze bezig in haar tuin. Ze is bewust bezig, maar de portemonnee is ook belangrijk.

Over Marianne

- Al eerder op Texel geweest
- Vrouw
- 50 jaar
- Kinderen zijn zelfstanding/het huis uit
- Tweeverdiener
- Ze werkt in de zorg
- Gaat samen met haar partner op vakantie.
- Woont in een provincie dorpje in West-Friesland

Kenmerken

- Texel is geen hoofdvakantie voor ze, weekend/midweek
- Samen genieten
- Vrije tijd hebben
- Nieuwe dingen ontdekken
- Zekerheid
- Het moet beter zijn dan thuis, comfortabel
- Faciliteiten dichtbij, winkels, restaurants, parkeren

Waarom VVV Texel?

- Betrouwbaarheid
- Persoonlijk contact
- Alle tips en informatie bij elkaar

Drivers

- Onthaasten
- Nieuwe omgeving ontdekken
- Los van verplichtingen
- Alle tijd hebben, ook voor elkaar

Barrières

- Te weinig informatie over de accommodatie
- Onpersoonlijk
- Open eindjes: “Vind ik wel alles wat ik nodig heb?”

Uitgebreide omschrijving doelgroepen



De persona's, zoals hiervoor omschreven, hebben nog een aantal specifieke kenmerken.

Herkomst

98% van onze doelgroep komt uit de zogenaamde traditionele landen. Specifiek:

- Nederland (Noord-Holland en Zuid-Holland)
- Duitsland (NRW en aangrenzende deelstaten)
- België (Nederlandstalig Vlaanderen)

Levensfase

We onderscheiden 3 primaire doelgroepen qua "life stage":

- Gezinnen met jonge kinderen t/m 14 jaar (specifiek: jongste kind 6+ jaar)
- koppel 35 t/m 54 jaar (medior)
- Koppel 55 t/m 69 jaar (senior)



Interesses

Uit eigen onderzoek blijkt dat de doelgroep de volgende interesses heeft:

- Natuur: onze doelgroep gaat graag de natuur in tijdens vakantie of in de vrije tijd
- Actief: of het nu ontspannen recreatief of inspannend sportief is
- Gastronomie: men proeft graag van lokale producten of wil ontdekken waar de producten vandaan komen.
- Cultuur: Cultuur in de breedste zin van het woord. Dat kan een museumbezoek zijn, interesse in cultuurhistorie, kunst, workshops en andere culturele activiteiten en uitjes.
- Shoppen: het (fun)shoppen is ook een belangrijke interesse/ activiteit

Deze zijn gekoppeld aan de eerder benoemde pijlers

Opleiding/ inkomensklassen

Ondanks dat elke gast welkom is op Texel, wordt in de promotionele aanpak gestuurd op HBO+ als opleidingsniveau en een inkomen van 1,5-2,5x modaal.

Ze doen veel met vrienden en familie. Opa en oma gaan soms mee op vakantie.



Visual Identity

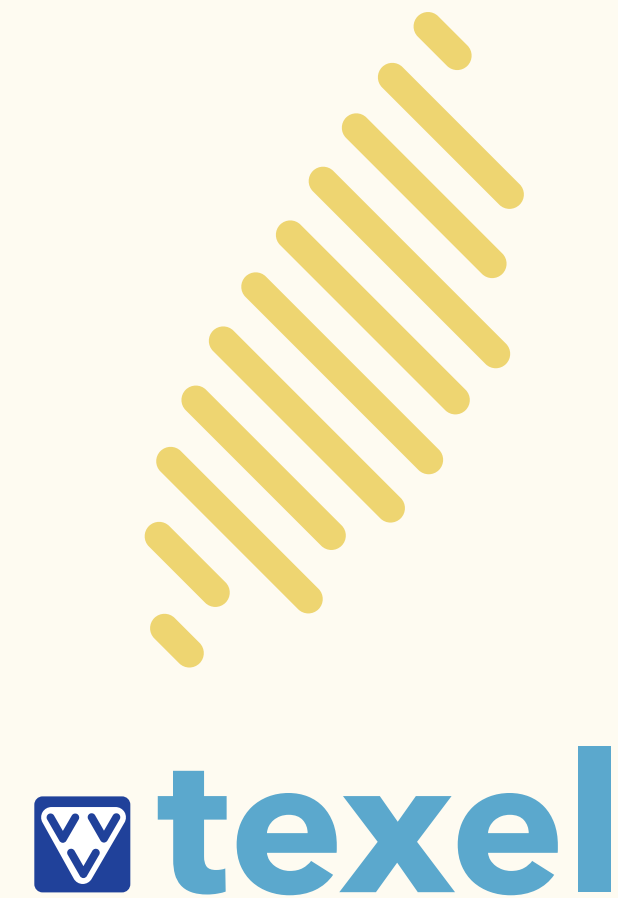
We gaan gas geven. Want het is tijd om nog bekender te worden in de wereld rondom ons mooie eiland. Naast een sterke inhoud en merkstrategie, hebben we ook een nieuwe, frisse en moderne visuele uitstraling ontworpen. Hoe ziet dat eruit?

Ons nieuwe logo

Hier kunnen we je natuurlijk eindeloos over vertellen.
Maar bekijk het nieuwe logo vooral met eigen ogen.



Foto door: Justin Sinner



Ons totale logo



Ons icoon



Ons naamlogo

Ons icoon

In ons logo zit ook een gloednieuw icoon.
Een speels icoon dat zorgt voor een nog
sterkere herkenbaarheid voor VVV Texel.
Met een vrolijke knipoog naar het ontdekken
van Texel. En hier is goed over nagedacht,
lees snel verder!



Ons eiland

De arcering is opgemaakt in de herkenbare
vorm van ons mooie eiland.

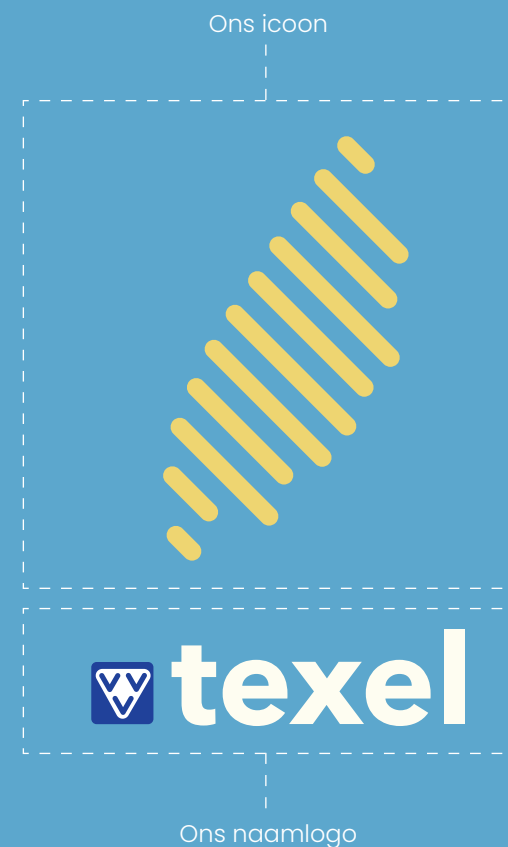


Voetafdruk

Wij helpen je op weg op het eiland. Ons nieuwe icoon
geeft deze reis weer in de vorm van een voetafdruk.

Samenwerking tussen naam en icoon

Naam en icoon werken moeiteloos met elkaar samen.
Of laten elkaar juist vrij. Hoe geven we ons nieuwe logo weer?



Goed.



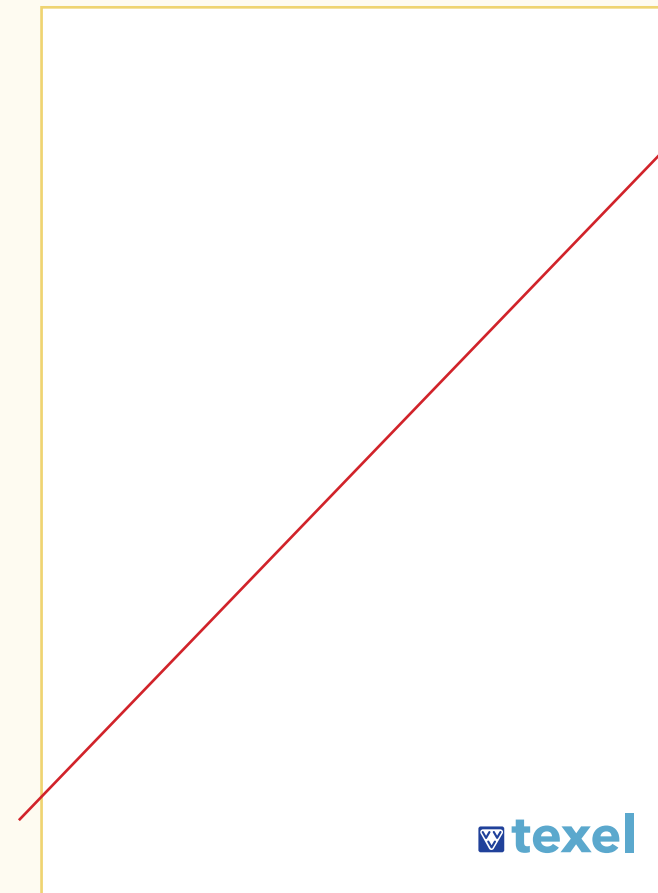
Wij gebruiken ons naamlogo
en icoon bij elkaar of...

Goed.



...ons naamlogo en icoon los van elkaar.
Het icoon is namelijk net zo dynamisch
als ons eiland en dat laten wij graag zien
door hem in de communicatie uiting los te
laten.

Niet goed.



Wij gebruiken ons naamlogo en icoon nooit
los van elkaar.

Kleur bekennen

**Rustig
beige**

PMS 7506 (30% dekking)

RGB 255 - 252 - 244

CMYK 0 - 1 - 6 - 0

#ffcf4

Zand geel

PMS 127

RGB 243 - 215 - 108

CMYK 7 - 13 - 67 - 0

#f3d76c

**Lucht
blauw**

PMS 7689

RGB 100 – 169 – 209

CMYK 62 - 20 - 9 - 0

#64a9d1

Water blauw

PMS 294

RGB 35 - 57 - 122

CMYK 100 – 86 – 19 – 5

#23397a



PMS REFLEX BLUE

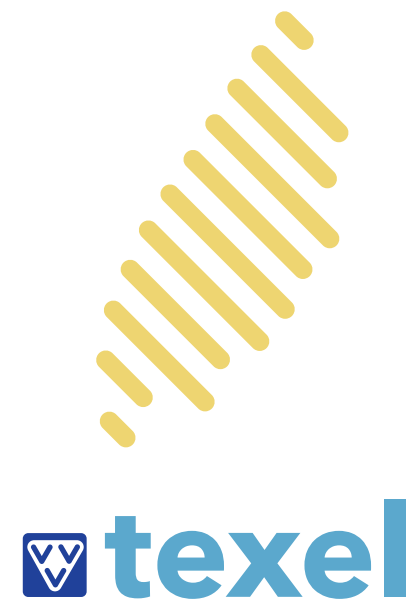
RGB 0 - 35 - 149

CMYK 100 - 89 - 0 - 0

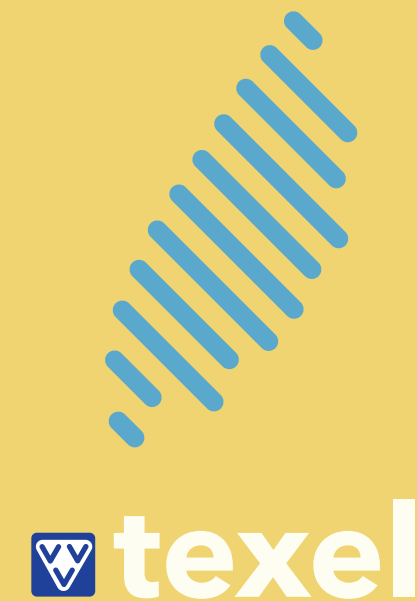
#002395

Logo toepassing op kleur

Nu je alle nieuwe kleuren kent, ben je natuurlijk benieuwd naar hoe dit er in de praktijk uit ziet. We laten het je graag zien!



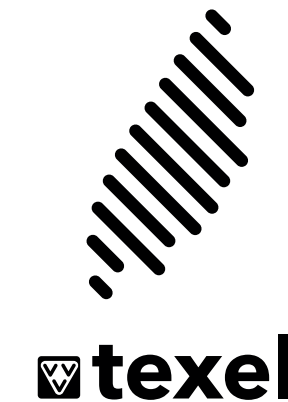
Ons logo op een witte / lichtere achtergrond.



Ons logo op een gele achtergrond.



Ons logo op een blauwe achtergrond.



Ons logo voor zwart/wit gebruik.



Ons logo op een zwarte achtergrond (diapositief).

Logo toepassing op kleur zonder VVV



Ons logo op een witte / lichtere achtergrond.



Ons logo op een gele achtergrond.



Ons logo op een blauwe achtergrond.



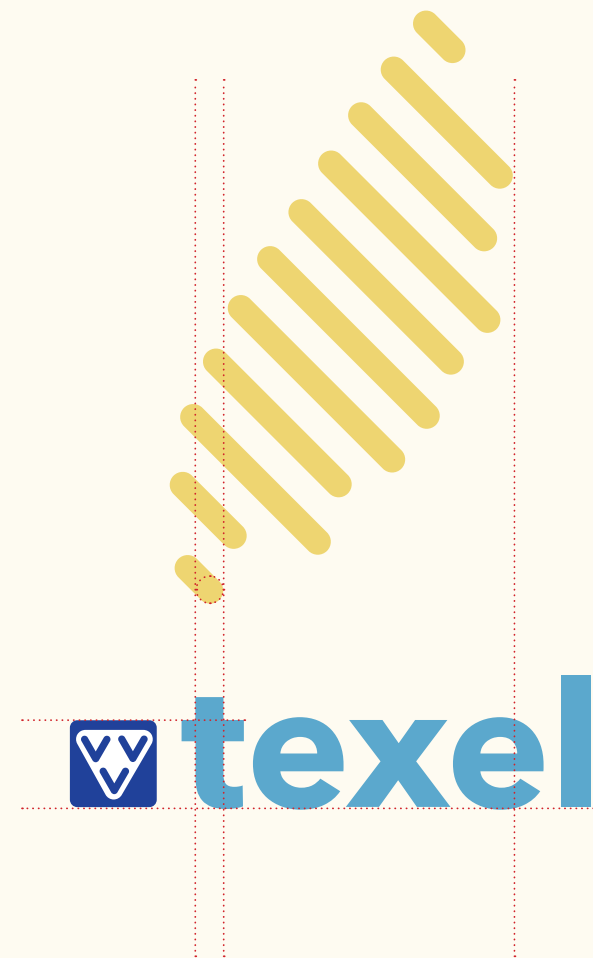
Ons logo voor zwart/wit gebruik.



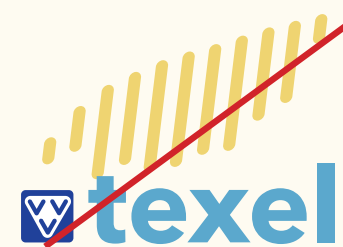
Ons logo op een zwarte achtergrond (diapositief).

Opbouw logo

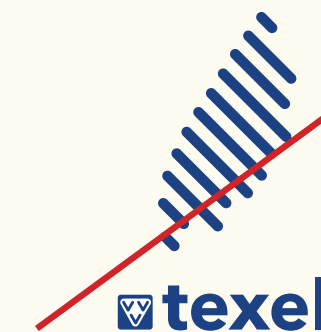
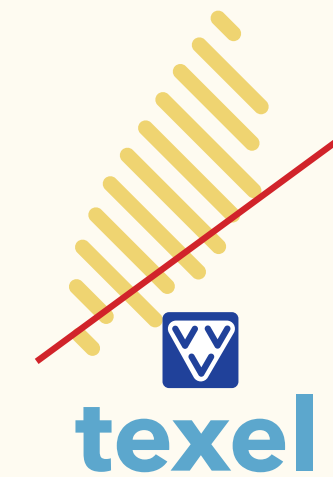
Ons logo was er niet zomaar. Daar is lang over nagedacht en aan geschaafd. Hiernaast zie je de exacte uitlijning van het nieuwe logo. Gebruik deze uitlijning om te controleren of je het logo op de juiste manier gebruikt. De logo's vraag je bij ons op via 0222 362 536 of mail naar merk@texel.net.



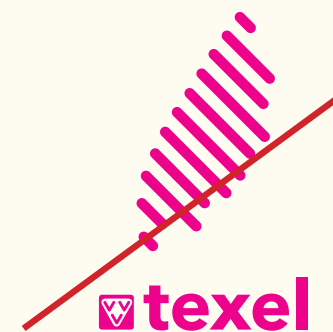
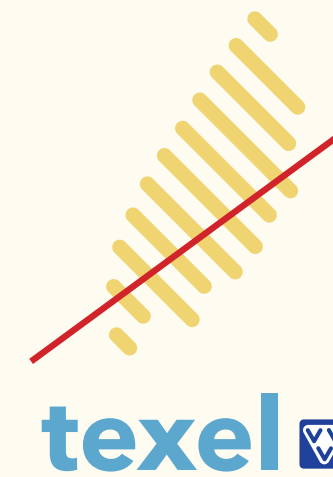
Uitlijning van ons nieuwe logo.



Ons logo niet vervormen of draaien.



Bij voorkeur ons logo niet in één kleur gebruiken.



Ons logo niet in andere kleuren gebruiken.

Onze nieuwe pay-off

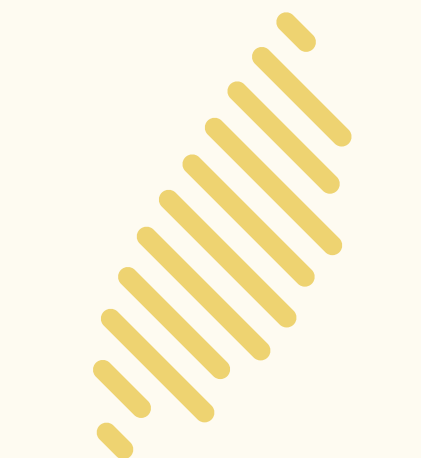
Onze pay-off (slogan) is er één met een mooie dubbele lading en hij past perfect bij onze merkstrategie. Zie jij de dubbele betekenis?

Texel staat bekend als 'Nederland in het klein' en 'het meest veelzijdige Waddeneiland'. De diversiteit en afwisseling van ons eiland zorgen voor een verblijf om nooit te vergeten. Bij VVV Texel boek je niet alleen een overnachting. Van accommodatie tot activiteiten, van eten en drinken tot aan parkeren; wij zijn je nummer 1 contact op het eiland! Je zoekt een restaurant, wij geven je er vier. Jij verveelt je? Wij trekken een blik aan leuke activiteiten open. Zo vind je bij ons altijd meer dan waar je naar op zoek bent.

Resultaat: Het verwachtingspatroon van onze gasten over VVV Texel en de bestemming Texel wordt overtroffen!

(VVV Texel)

“Hier vind je meer”



 **texel**
hier vind je meer

Ons logo op een witte / lichtere achtergrond
met pay-off.



 **texel**
hier vind je meer

Ons logo op een gele achtergrond
met pay-off.



 **texel**
hier vind je meer

Ons logo op een blauwe achtergrond
met pay-off.

Je bent echt mijn lettertype

Een nieuwe merkidentiteit vraagt om nieuwe lettertypes. Twee in dit geval. Eén gebruiken we voor ons logo en de titels. En de ander voor de lange lappen tekst. We stellen beiden hier aan je voor.



Titels en kopjes? Gebruik Montserrat

De Montserrat is een krachtig, eigentijds en modern lettertype waar je krachtig mee communiceert. Het is een Google-lettertype en gratis voor zowel on- als offline gebruik. Wel zo handig.

Download meteen het gratis lettertype:

<https://fonts.google.com/specimen/Montserrat>

En voor ontzettende lange
(maar vreselijk leuke)
lappen tekst, gebruiken
wij de tijdloze Poppins.

De Poppins is een modern en tijdloos lettertype waar wij lange tijd mee vooruit kunnen. Poppins is goed leesbaar bij hele lange stukken tekst en dus extra lief voor de ogen. Het is net als de Montserrat een Google-lettertype en gratis voor zowel on- als offline gebruik.

Download meteen het gratis lettertype:

<https://fonts.google.com/specimen/Poppins>

Tone of voice

Brand voice

De brand voice is de stem van VVV Texel.

Het is de stijl van schrijven en communiceren.

Om deze stem herkenbaar en betrouwbaar te maken, is het belangrijk om hem consequent te gebruiken. Hoe klinken wij?

Hoe klinkt VVV Texel?



Persoonlijk



Direct



Als jouw persoonlijke Texel-expert



Persoonlijk



Wat we bedoelen

Als je onze teksten leest, krijg je het gevoel dat we direct tegen jou praten.



Wat we niet bedoelen

Popie Jopie, chatbot teksten te amicaal of joviaal.

- We zijn echt en zo praten we ook.
- Als je onze teksten leest moet je het gevoel hebben dat er iemand voor je staat.
- We zijn vriendelijk en professioneel, maar komen niet te dichtbij.

Van u naar je

Alleen in juridische documenten en berichten, bijvoorbeeld naar ontevreden gasten, gebruiken we 'u'.

Dus niet zo...

Met 25 medewerkers creëren wij de perfecte vakantiebeleving voor jong en oud. Vanuit ons kantoor op Texel werken met passie en een sterke focus aan wat de meeste waarde oplevert voor toerist en vakantieaanbieder.

Maar zo...

Bij ons kies je uit honderden unieke vakantieadressen op Texel. Alles wat je wilt weten over het grootste Waddeneiland van Nederland, je vindt het bij ons.

Hoe schrijf je persoonlijk?

Je & jij

We spreken iedereen aan met je en jij. Dit verkleint de afstand tot de lezer.

We & wij

Wanneer we het over onszelf hebben, gebruiken we zo veel mogelijk 'we' en 'wij' in plaats van 'VVV Texel'.

Leef je in

Leef je in. Wat is de boodschap? En hoe zou je die zelf willen horen?

Copycheck

Doe de copycheck: lees je tekst hardop voor. Zou je het zo ook tegen je collega zeggen?

Professioneel

Schrijf spreektaal, maar blijf netjes en professioneel.



Direct



Wat we bedoelen

Duidelijk, rechte-doorzee en begriipelijk.



Wat we niet bedoelen

Bot, kortaf of afstandelijk.

- We vinden service belangrijk. Zo is onze taal dus ook. Servicegericht en efficiënt.

- We zijn eerlijk en zeggen waar het op staat.

- No-nonsense, zonder onvriendelijk te worden.

Dus niet zo...

Inmiddels is de nieuwe VVV Texel-app live en gaat deze gebruikt worden door nieuwe én bestaande VVV Texel gasten. De ervaringen van de gasten en de wensen van VVV Texel vormen de basis voor nieuwe functionaliteiten en verbeteringen.

Maar zo...

Samen met onze bezoekers blijven we de nieuwe VVV Texel-app de komende jaren testen en verder doorontwikkelen.

Hoe schrijf je direct?

Gelijk ter zake

Belangrijke informatie communiceren we in de eerste of tweede zin.

Wat bedoelen we

We verschuilen ons niet achter bijvoeglijke naamwoorden. We leggen uit wat we bedoelen.

Één boodschap

Een zin bevat niet meer dan één boodschap. Punt.

Copycheck

Doe de copycheck: moet je nadenken, of snap je het direct?

Professioneel

Gebruik geen afzwakkende woorden zoals 'misschien' of 'beetje'.



Jouw persoonlijke Texel-expert



Wat we bedoelen

Begripvol, gastvrij, modern, met passie over het eiland, maar wel nuchter.



Wat we niet bedoelen

Bemoeizuchtig, vermoeiend hautain of dwingend.

Dus niet zo...

Wij zijn oprecht pas gelukkig als onze gasten en onze aanbieders blij zijn. Wij gaan voor meer dan goud. Daarom gebruiken we onze brede kennis in de leisure industrie en geavanceerde backend technologie om onze gasten een gepersonaliseerde (online) beleving te geven, die zeker voor recurring bezoek gaat zorgen.

Maar zo...

Vanaf het maken van de eerste vakantieplannen tot aan het boeken voor een volgende keer; op Texel beleef je een heerlijke vakantie die je nog lang bij zal blijven. Met een team van medewerkers met een echt Texel-hart doen we er alles aan om jouw verwachtingen te overtreffen. Zo groeit ieder bezoek aan ons mooie eiland uit tot een blijvende herinnering. Onze passie voor Texel zelf ervaren? Neem gerust contact op.

- We nemen iedereen graag mee in onze passie voor het eiland Texel.
- Door onze ervaring weten we wat je nodig hebt, kunnen we goed meedenken en het uitleggen op elk niveau.
- Kortom, we zijn de vriendelijke Texel enthousiaste-lingen waar je altijd met een vraag terecht kan.
- Een vleugje “eiland humor” mag.

Hoe schrijf je als persoonlijke Texel-expert?

Actieve vorm

Schrijf in de actieve vorm. Dus geen hulpwerkwoorden zoals ‘kunnen’, ‘worden’, ‘zullen’ etc.

Jargon

Gebruik geen vakjargon, maar woorden die de doelgroep gebruikt. We schrijven op taalniveau B1.

Vragend

Stel een vraag in plaats van dat je iets oplegt. Voelt veel fijner toch?

Copycheck

Doe de copycheck: twijfel je of een woord B1 is? Check het op ishetb1.nl

Professioneel

Geen lappen tekst, maar korte stukjes die makkelijk behapbaar zijn. Gebruik tussenkopjes en bullet lists.

Kanalen

Blogpost & artikelen

- Schrijf blogposts als vragen in de ik-vorm, dus niet vanuit 'wij van VVV Texel' maar 'ik' de schrijver. De antwoorden schrijf je in de je-vorm. Zo wordt het persoonlijker en dus interessanter om te lezen.
- Zorg dat de kern van het artikel in de eerste 220 karakters staat. Dat komt neer op zo'n vier a vijf zinnen.
- Gebruik bullet lists en tussenkopjes om de tekst scanbaar te maken.
- Je hoeft niet altijd alles te vertellen. Link naar andere pagina's en blogpost als daar belangrijke informatie staat.

Website

- Begin elke pagina met de belangrijkste informatie bovenaan.
- Zorg dat kopjes de pagina samenvatten. Mensen scannen de tekst.
- Gebruik je een link in de tekst? Zorg dat duidelijk is waar die heengaat of wat de bezoeker gaat doen. Dus geen 'klik hier', maar 'bekijk onze winterdeals'.
- Gebruik witregels en tussenkopjes bij langere stukken tekst.

Social & Nieuwsbrief

- Pak de aandacht en prikkel. Je wilt mensen (meestal) verleiden door te klikken.
- Deel je een video of een artikel? Vertel dan niet te veel over de inhoud, maar wel net genoeg dat iemand doorklikt. Zoek de balans.
- Wil je een hashtag toevoegen? Doe dit alleen op Twitter of Instagram en zorg dat ie relevant is.
- Houd het kort. Een introtekst van 3-5 zinnen is meer dan genoeg.

Texelse Plaatjes

Een goede foto zegt meer dan duizend woorden. Wat is een goede foto?

Inspiratie en foto's zoals wij ze het liefst zien.

Kenmerken en regels:

- Geen vlakke, maar juist **mooie contrasten**, **schaduwen** en **kleuren** die **passen bij onze huisstijl**.
- Geen overgeposeerde foto's, wij houden van **echte/pure situaties**.
- Een personage laten wij bij voorkeur **niet recht in de camera kijken**. Wel mogen we natuurlijk het vrolijke gezicht zien. Fotografeer wanneer de hoofdpersoon bezig is met zijn of haar Texel-moment.
- Zorg dat de **beelden écht van Texel** zijn en niet ergens anders zijn gemaakt. Logisch natuurlijk!
- Gebruik bij voorkeur **geen stockfoto's van niet-Texelse locaties**.
- En **vermeld altijd de fotograaf bij de gebruikte foto's!** Wel zo aardig én veilig.

Niet goed



Wel goed



Ook al is het weer niet ideaal met donkere wolken, is er toch ruimte voor een **spannende** foto met mooie **contrasten** in kleur en licht.

Wel goed



Niet goed



Maak beelden fris **passend bij de huisstijl kleuren** en maak ze vooral **niet te druk**. De linker ziet er teveel uit alsof het op iemands telefoon is gemaakt, de rechter straalt meer professionaliteit uit.

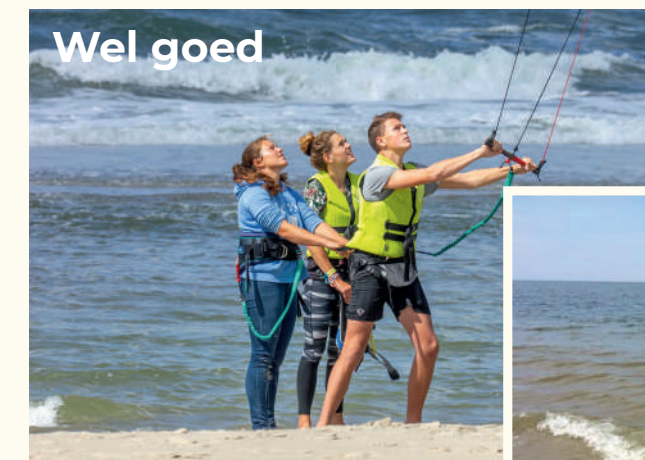


Allemaal goed

Zorg voor **echte beelden vanaf Texel** en als het echt niet anders kan stockfoto's die wel een **Texelse uitstraling** hebben.



Wel goed



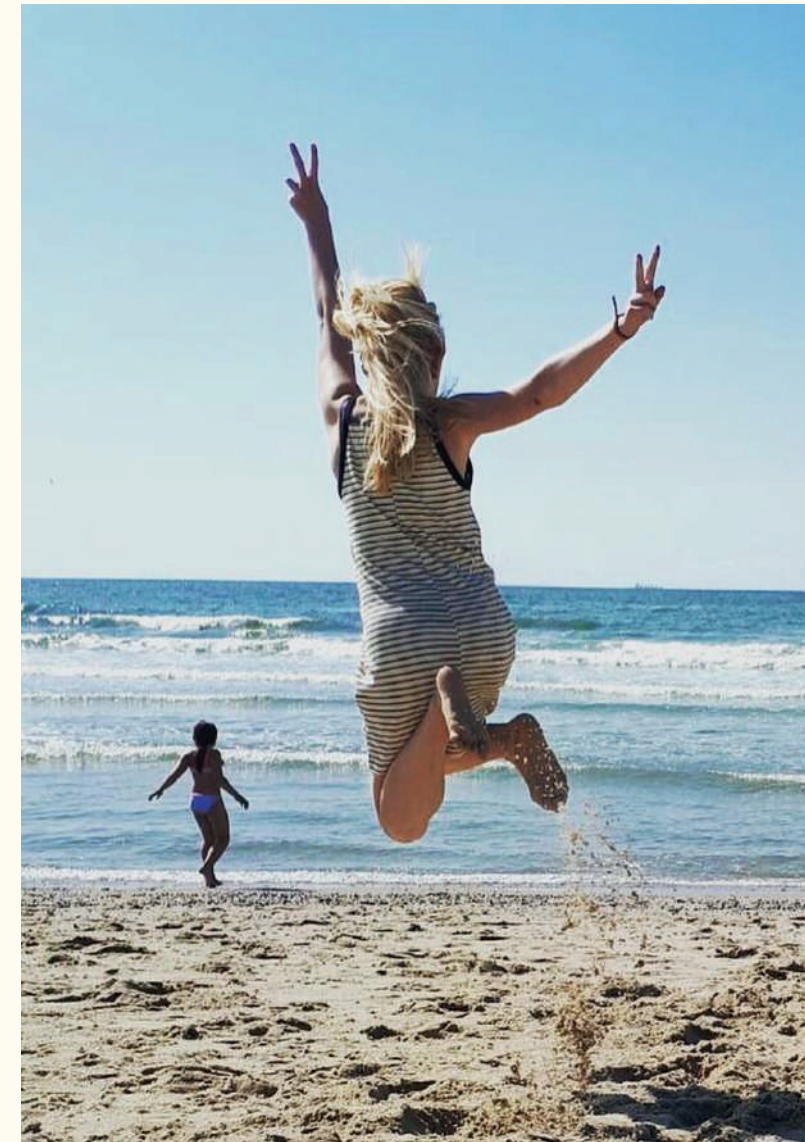
Wij gebruiken liever **geen te geposeerde foto's** zoals in het voorbeeld hier. Wij willen een **toeschouwer van 'het moment'** zijn.



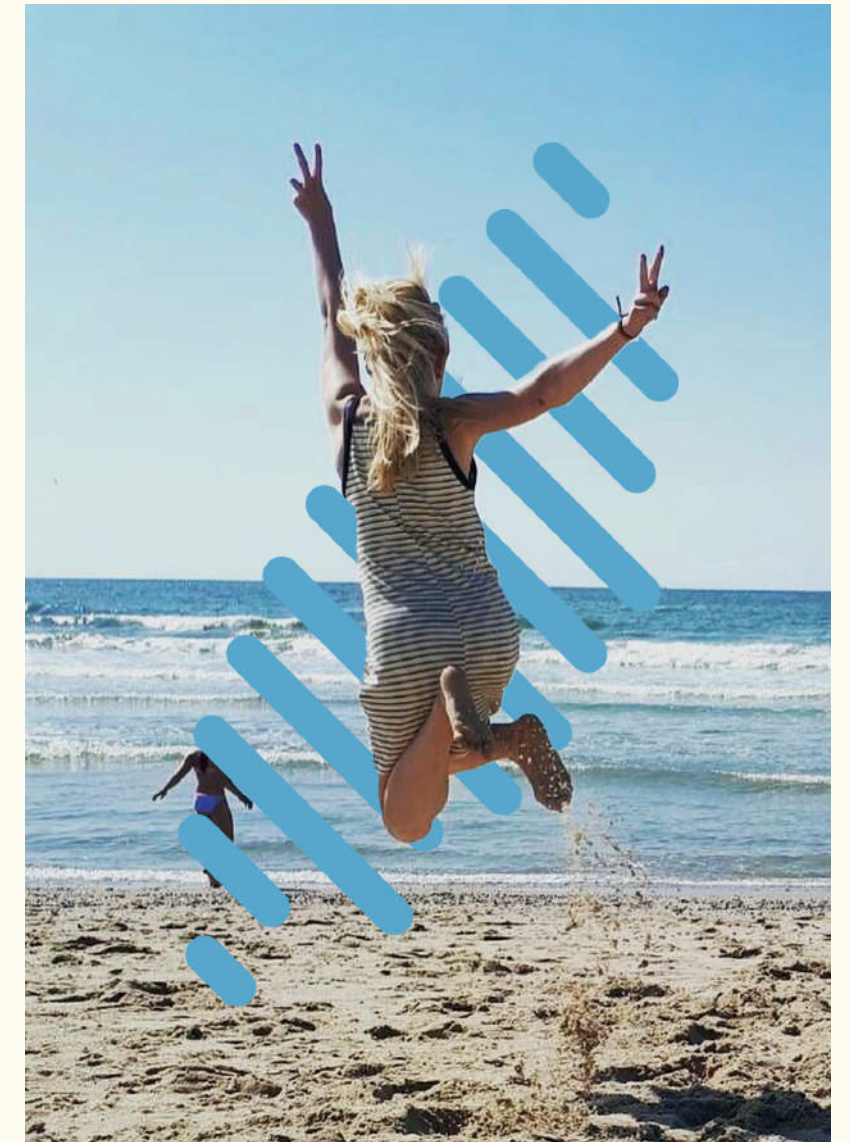
Niet goed

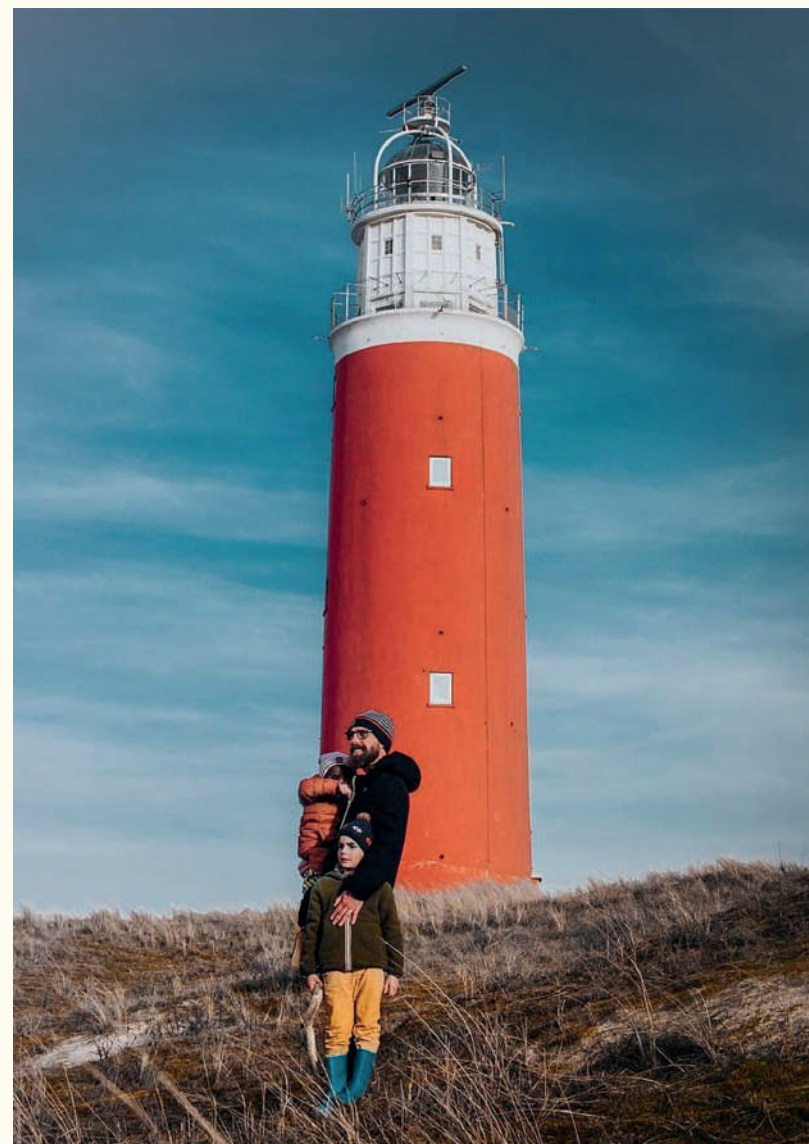
Fotografie en stramien

Zoals je merkt in dit brandbook, hebben wij een speels karakter. Net als de wind op Texel. Zo gaan we ook op een vrije manier om met de arcering uit ons nieuwe icoon. We geven je graag een paar voorbeelden van hoe wij het icoon laten samenspelen met onderwerpen en personen in de fotografie van VVV Texel. Wanneer een persoon, gebouw, of ander object gecentreerd in de foto staat, mag het merkicoon samen met de foto toegepast worden. Dit is eenvoudig te bereiken met een masker in Adobe Photoshop of een ander dergelijk programma.

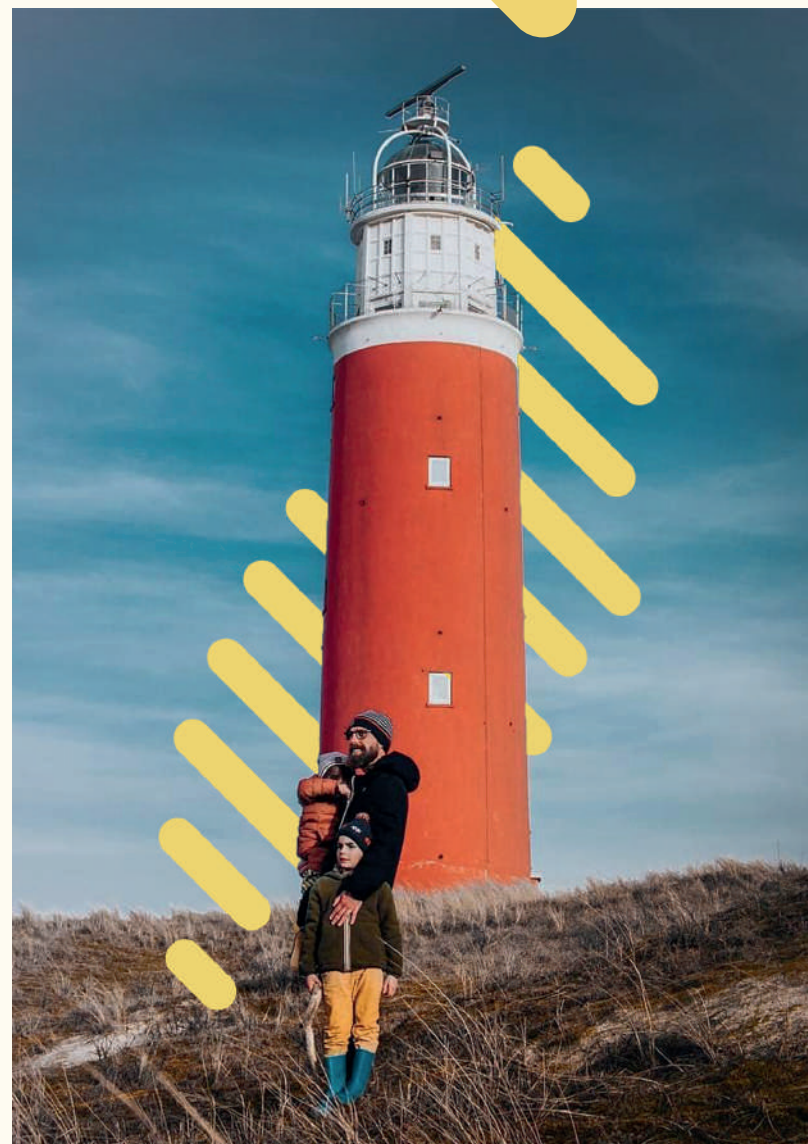


Ons icoon is niet alleen herkenbaar, maar ook heel speels. In onze uitingen maken wij het icoon deelgenoot van het moment.





Ons icoon is niet alleen heel herkenbaar, maar ook heel speels. In onze uitingen kunnen wij ons icoon deelgenoot maken van het moment.



Het beeld is volledig vullend op de pagina, dan staat het icoon netjes op zijn plek boven onze naam.

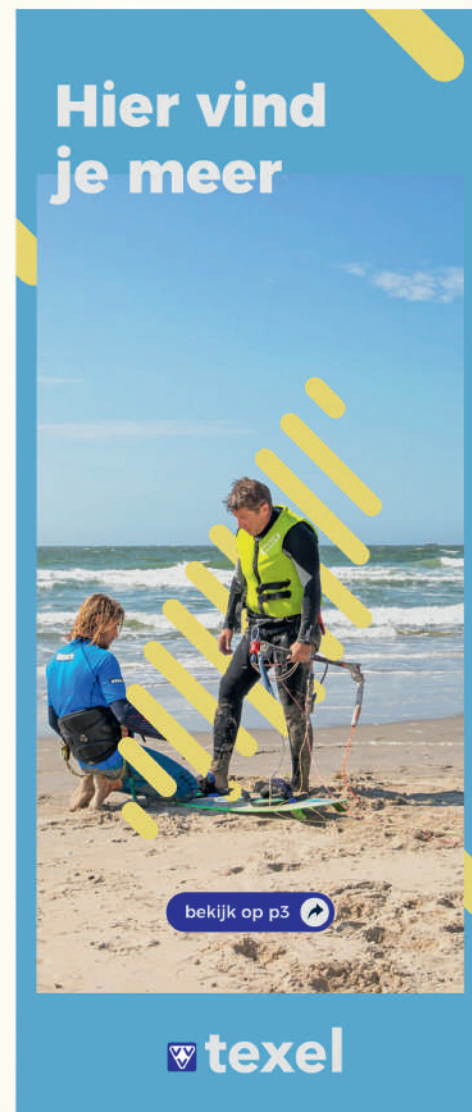


Het icoon kan echter ook een andere plek op de uiting afgebeeld staan. Dan gebruiken wij alleen ons naamlogo incl. pay-off.

Opmaak voorbeelden

Hier alvast een kleine sneak-peak van onze vormgeving.

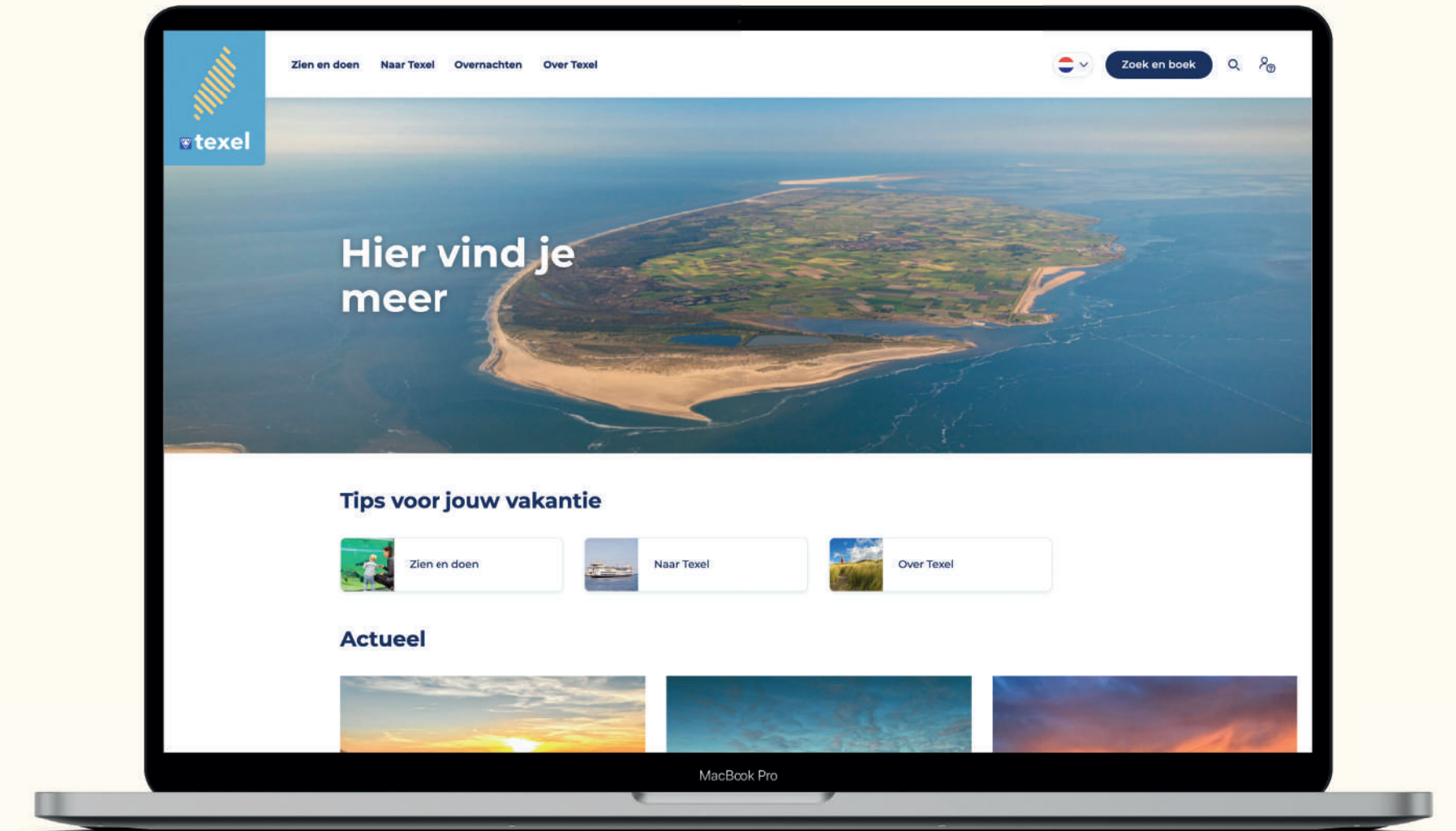


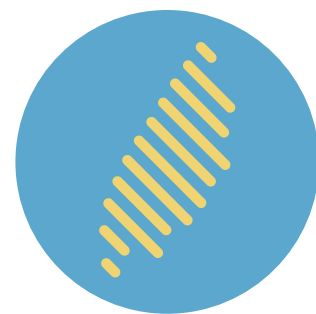




Digitaal gebruik

In de volgende slides zijn voorbeelden te vinden voor digitaal gebruik, zoals Instagram of online advertenties.

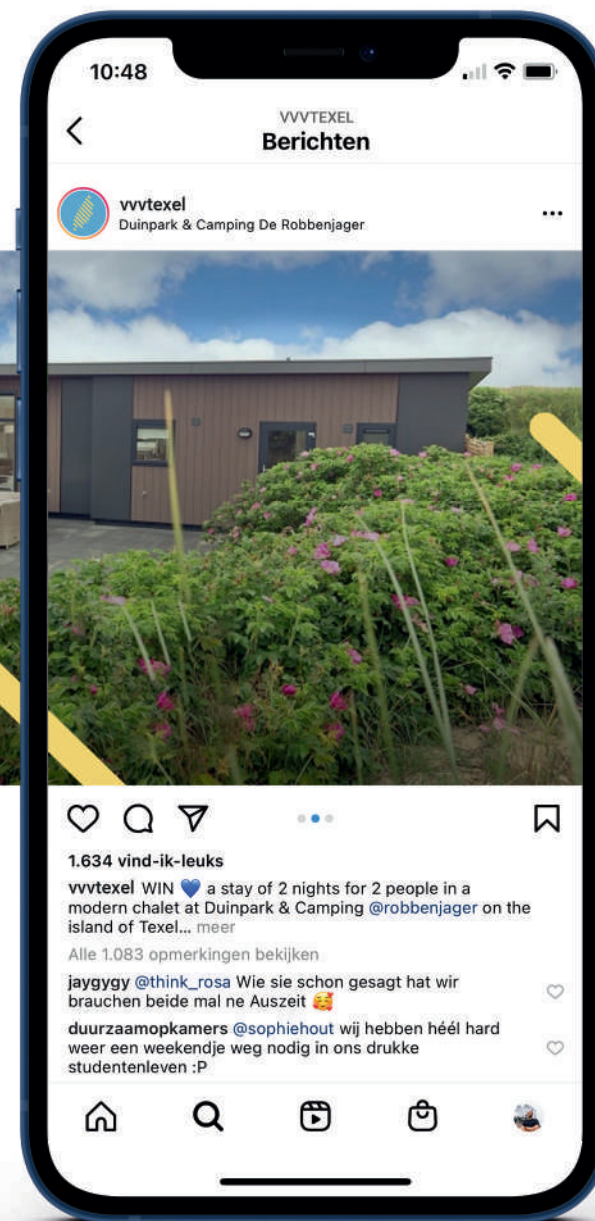
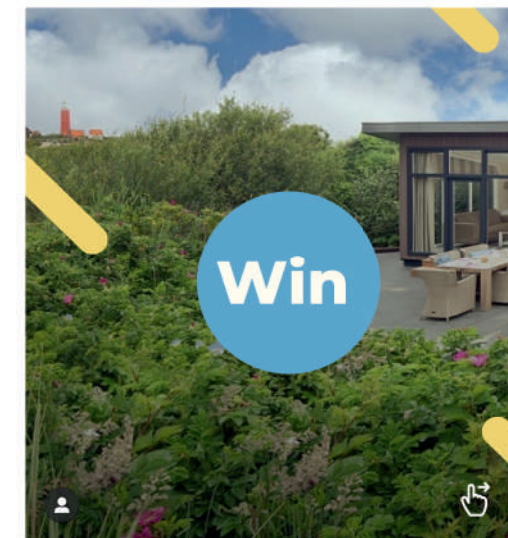




Voor onze profielfoto gebruiken wij als uitzondering alleen ons icoon. Dit omdat vaak de naam naast de profielfoto staat weergegeven. Wanneer het merkicoon al duidelijk in de profielfoto staat is het niet nodig om dit ook nog in de header te zetten, maar dit mag wel.



Facebook header
En avatar (profielfoto)



Instagram
advertentie

Extra kleuren digitaal gebruik

Om de UX (user experience) en leesbaarheid van online uitingen te bevorderen, zijn er een aantal extra kleuren gekozen voor digitaal gebruik. De groene kleur wordt alleen gebruikt bij CTA's (Call To Actions).

Contact- blokken

#f5bfff

Meldingen

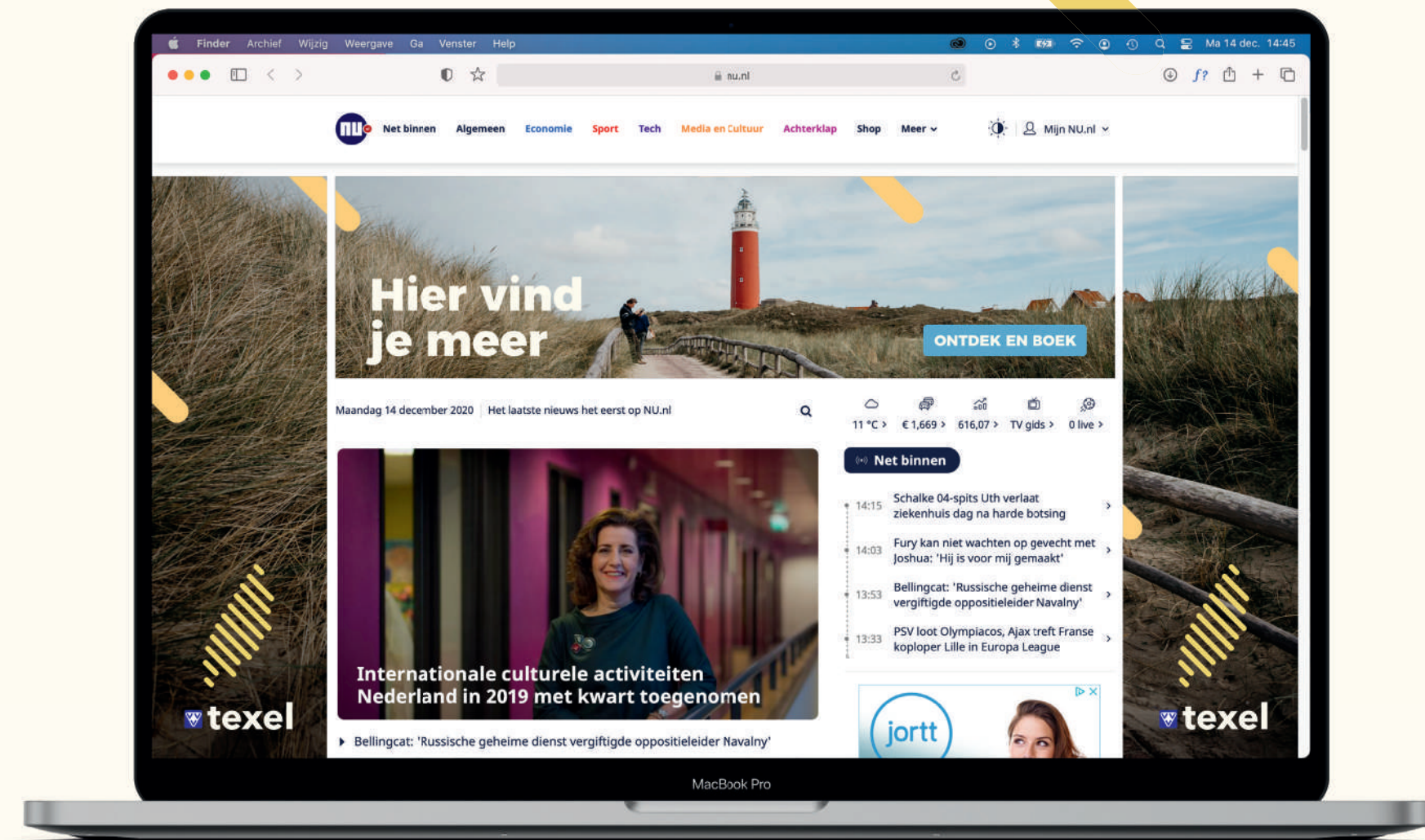
#ffe9bf

Actie CTA's

#00a308

Footer

#141940



Online advertising



Mobiele nieuwsbrief



n
 hrijven
 ucht
 op

Vragen? Dat mag!

We hopen je geïnspireerd te hebben met onze nieuwe koers en merkidentiteit voor VVV Texel! En hopelijk sta je, net als wij, te popelen om iedereen over ons mooie eiland te vertellen.

Dit brandbook vormt de basis voor een nieuwe manier van communiceren en onze aanwezigheid op Texel. Het brandbook is een organisch document en wordt na verloop van tijd aangevuld en aangepast op basis van nieuwe designs. Uiteraard nemen we jouw feedback ook graag mee.

Is er iets niet duidelijk, heb je op- of aanmerkingen of wil je materialen ontvangen? Laat het weten via: 0222 362 536 of mail naar merk@texel.net.



 **texel**
hier vind je meer