

01_Portfolio

Checkt das Studio aus

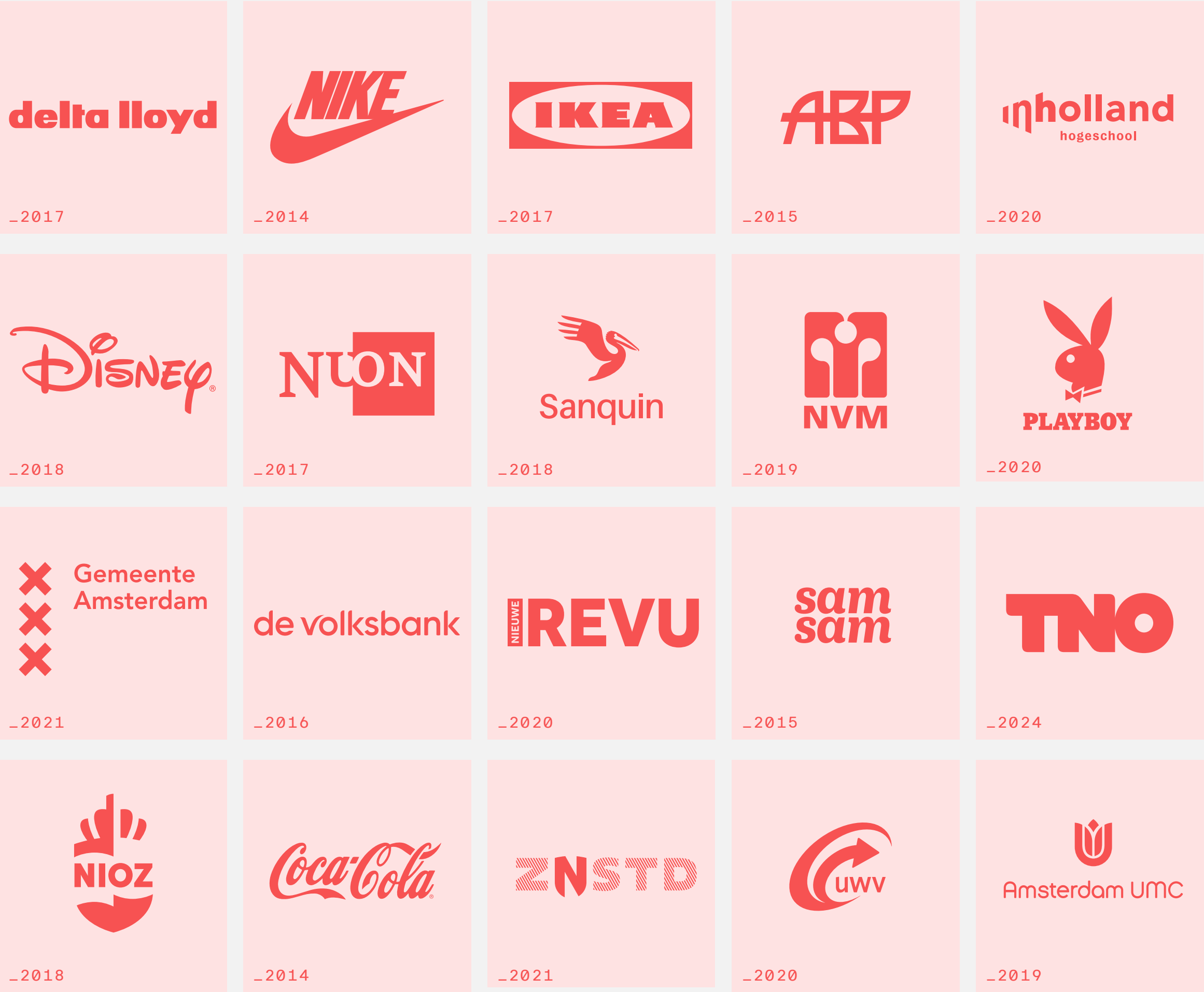


Update

Deze portfolio biedt een actueel overzicht van onze nieuwste projecten en visualisaties.

Klanten

We werken voor een brede groep aan opdrachtgevers uit allerlei sectoren.



Captains

Matthijs en Barbara nemen de opdrachten aan en zijn altijd het eerste aanspreekpunt voor onze opdrachtgevers.



Matthijs is creatief, heeft een sterk gevoel voor visuele trends en barst van de ideeën, terwijl **Barbara** structuur en eenvoud waardeert en ideeën tot hun kern kan herleiden.

das Team

Per project/opdrachtgever stellen we een passend team samen, waarbij verschillende expertises elkaar versterken.



Freddy Leenders: Pakt alles aan en loopt als projectmanager en beeldredacteur de gaten dicht. Werkt met vakmanschap, enthousiasme en korte lijnen.



Stefan Laberer: Oorspronkelijk typograaf met een sterk gevoel voor digitale media. Werkt secuur en verfijnd aan opdrachten. Daarnaast ook actief als meubelmaker.



Lena Steinborn: experimenteert graag met typografie en volgt de laatste trends in grafisch design. Haar werk blijft daardoor altijd fris en innovatief.



Kay Coenen: Specialiseerde zich als infographic-ontwerper die een stukje research niet schuwt. Tekent graag stripverhalen in de klare lijn.



Mourad Mourad combineert zijn creatieve werk bij das Studio met het runnen van zijn eigen bakkerij op ons terrein. Mourad verbindt hij ambacht met visuele communicatie.



Martin Dijkstra: Is een fenomeen in beeldmanipulatie. Als fotograaf werkte hij voor vele grote merken in de reclame en in de bladenwereld. Komt altijd met een mogelijke oplossing, ook midden op zee of als het -24 graden is.



Mireille Capiau: Is senior communicatiestrateg. Ze adviseert over crisiscommunicatie, woordvoering en heldere communicatie voor laaggeletterden. Ze heeft een journalistieke achtergrond en een scherpe pen.



Annemoon: Is social strateeg. Ze ontwikkelt scherpe content- en kanaalstrategieën en vertaalt complexe boodschappen naar toegankelijke socials.



Barbara Pilipp: Is dagelijks bezig het verhaal van de opdrachtgever zo helder en sterk mogelijk te maken, altijd vanuit een scherpe vertaling van de strategie. Ontwerpt in haar vrije tijd filmposters.



Matthijs Koppen: Brengt communicatiestrategie tot leven in concept en beeld. Was jarenlang artdirector (o.a. bij tijdschrift Quote) en daarvoor met veel plezier leraar maatschappijleer.

das Studio

Das Studio is gehuisvest op een terrein in Amsterdam-West, vlak naast een historische houtzaagmolen uit 1631.

Parkeren op ons terrein is gratis.



02_das Werk

Komplette case study



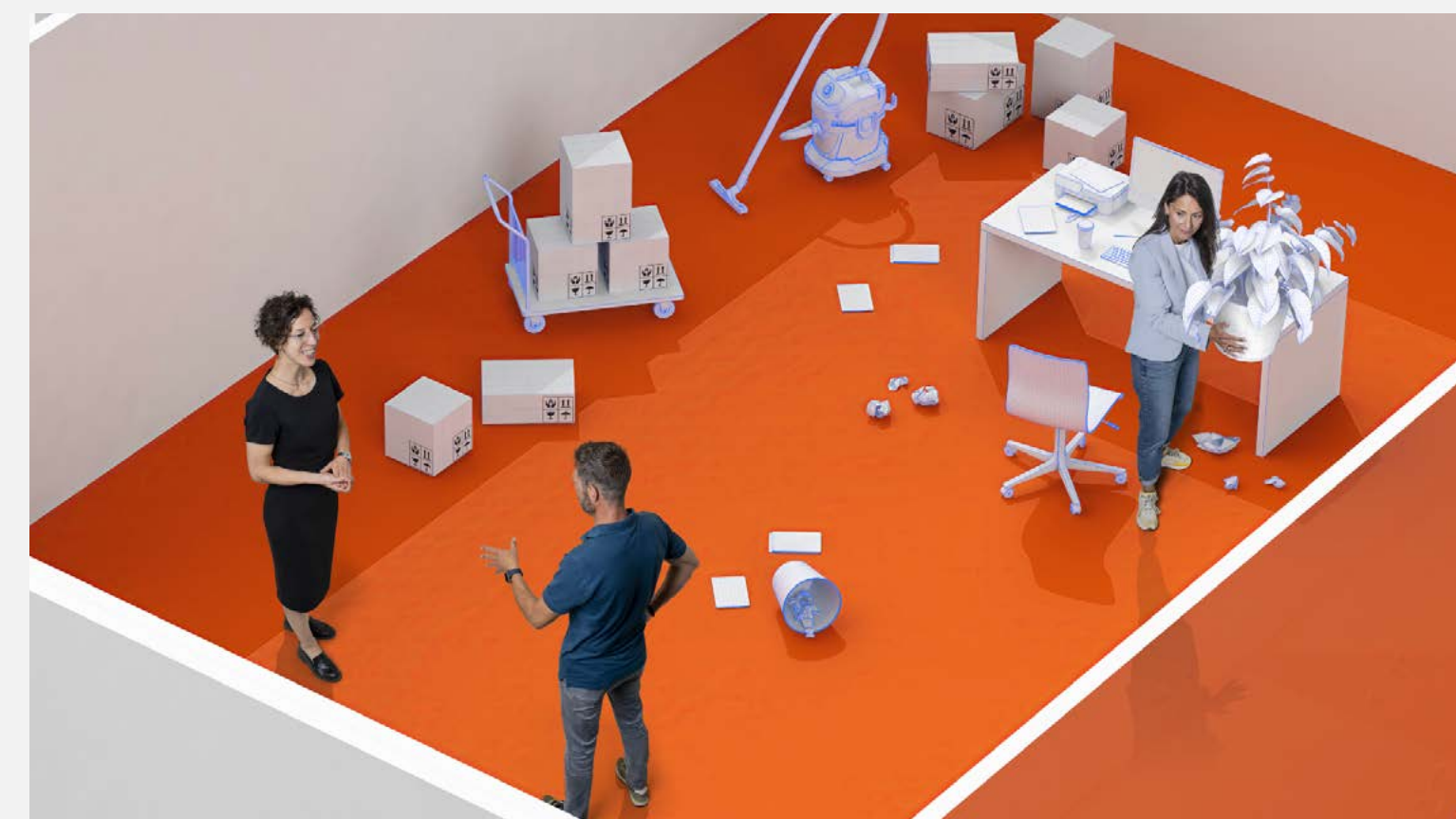
Commercial

Voor TNO ontwikkelden we een televisiereclame die niet mikt op uitgebreide uitleg, maar vooral het gevoel en de essentie van de organisatie overbrengt.



Intern

Interne campagne voor de verhuizing van meer dan duizend medewerkers, waarin ook de overgang naar flexibel werken zonder vaste werkplekken wordt geïntroduceerd.



Huisstijl

Voor TNO werken we aan een update van de visuele stijl, waarbij we binnen de bestaande huisstijl nieuwe accenten en verbeteringen aanbrengen.

What's inside			
01	— Lorum ipsum	0	8
01	— Lorum ipsum	3	3
01	— Lorum ipsum	4	1
01	— Lorum ipsum	4	8
01	— Lorum ipsum	5	3

01

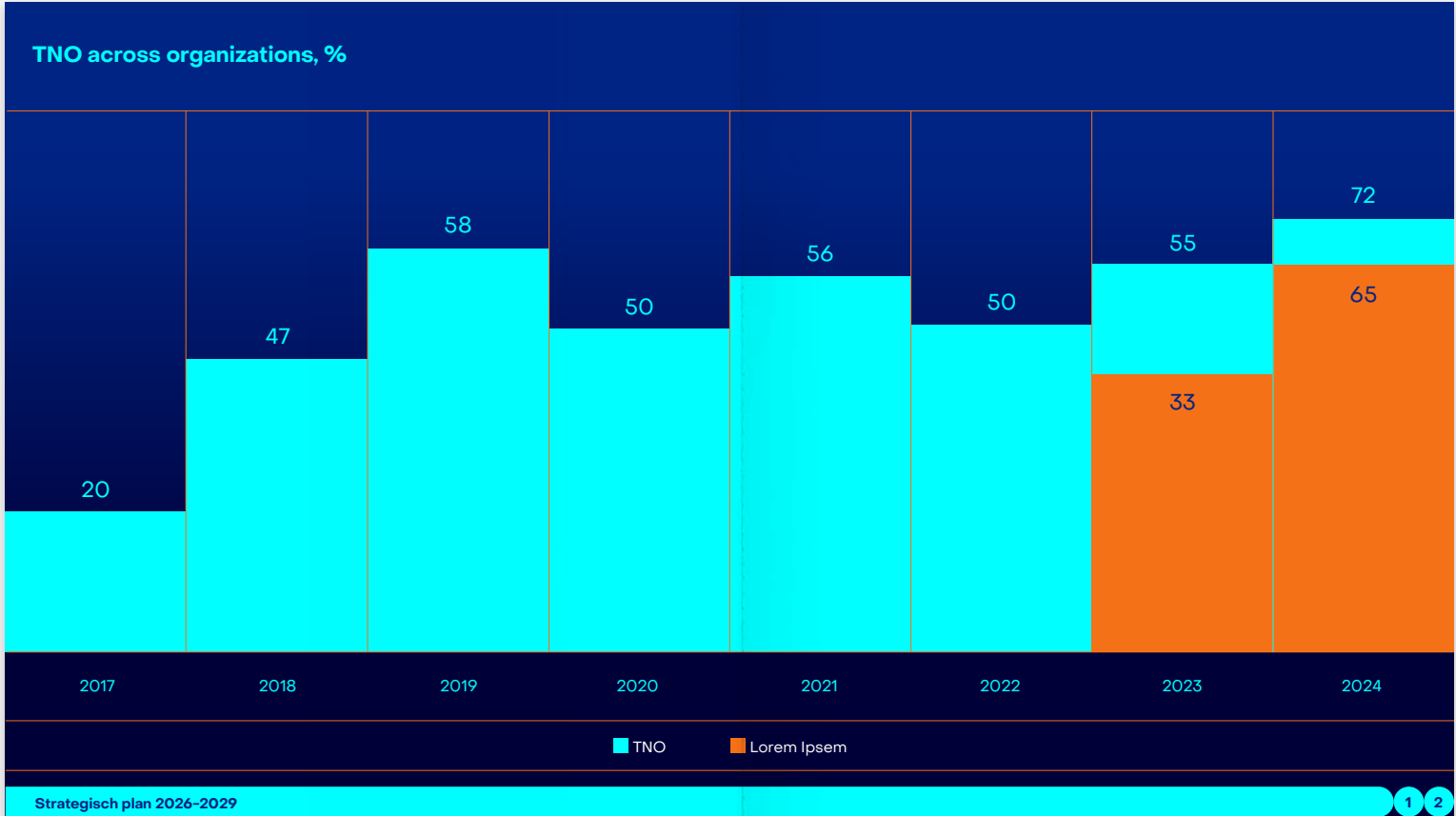


AI economy

We all know AI is booming — but what does that really look like? One major clue lies in the market itself: its behavior, growth, and cash flow tell the story of just how fast this industry is taking off.

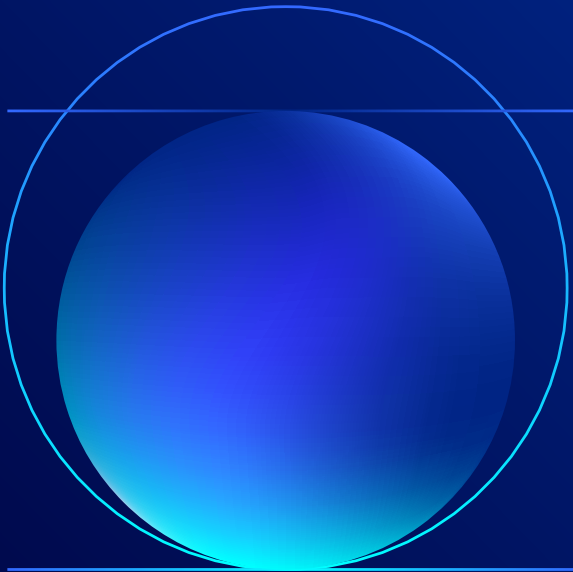


03



Kleur

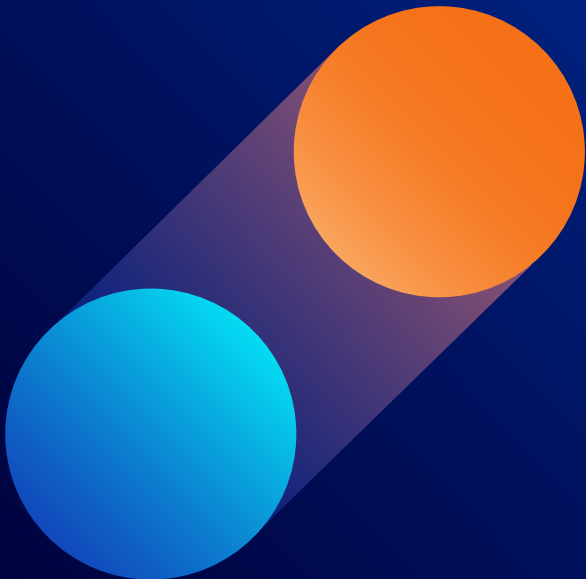
Zachte gradients en vloeiende beweging creëren een eigentijdse, intuïtieve laag die het merk frisser en moderner maakt.



66%
said that inaction would cost society more financially than investing in ecological transformation.

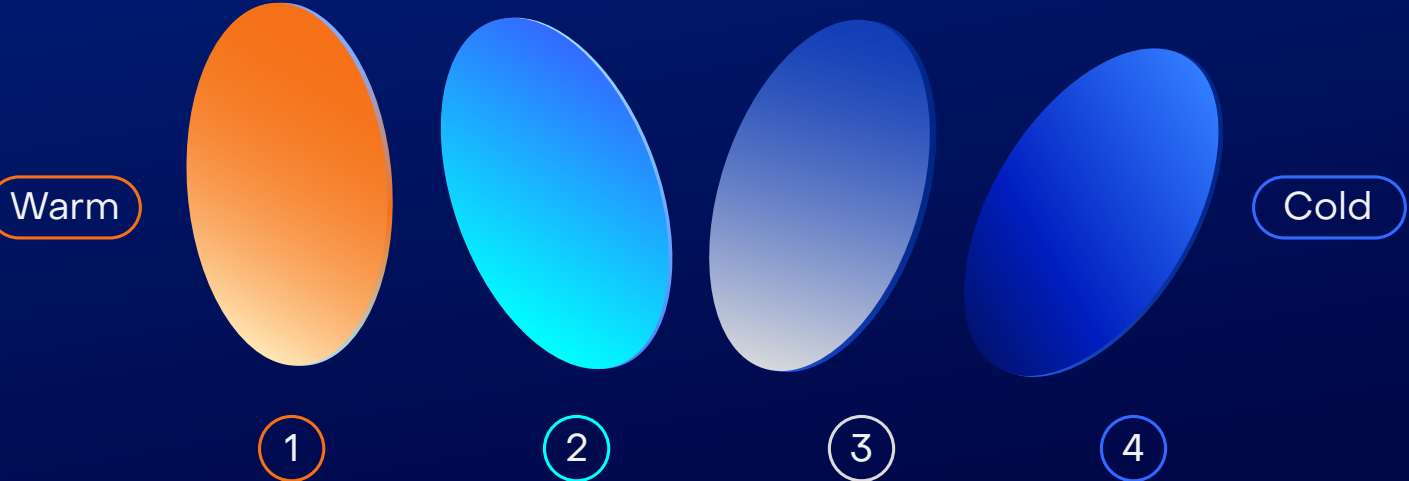


67%
of respondents said they would change thei habits or accept slightly higher costs if an environmental solution would benefit their health



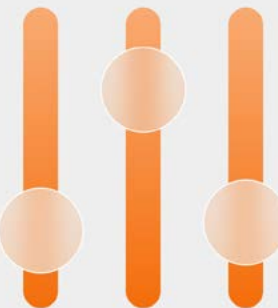
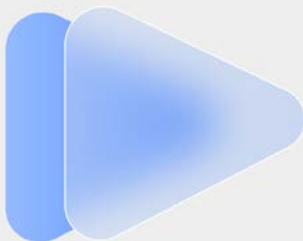
8 out of 10

66%



Textuur

We verbreden de merkidentiteit met een Liquid Glass-effect: een transparante, gelaagde beeldsfeer die extra diepte en ruimtelijkheid toevoegt.



Fotografie

We hechten veel waarde aan het zelf creëren van beeld en doen dat met zorg, aandacht en hoge kwaliteit.



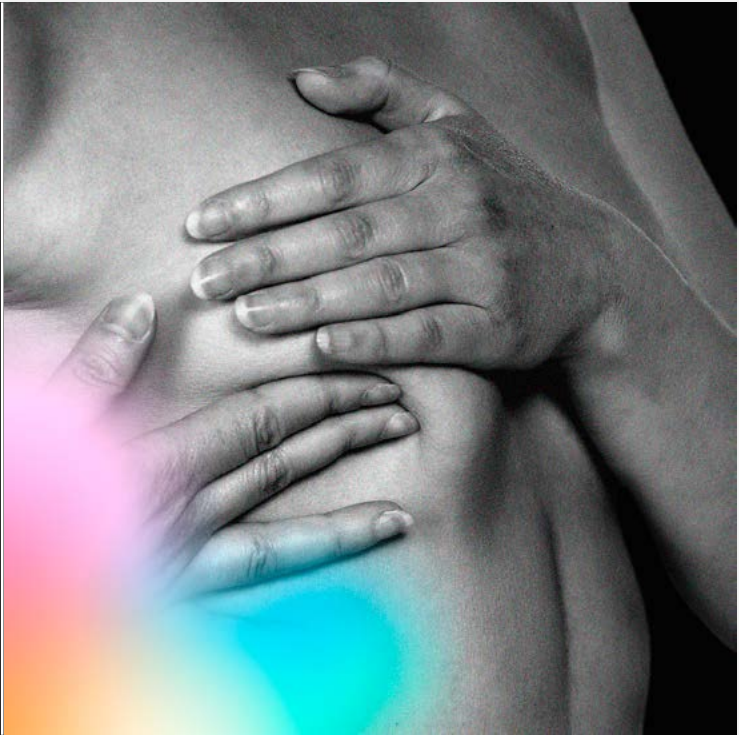
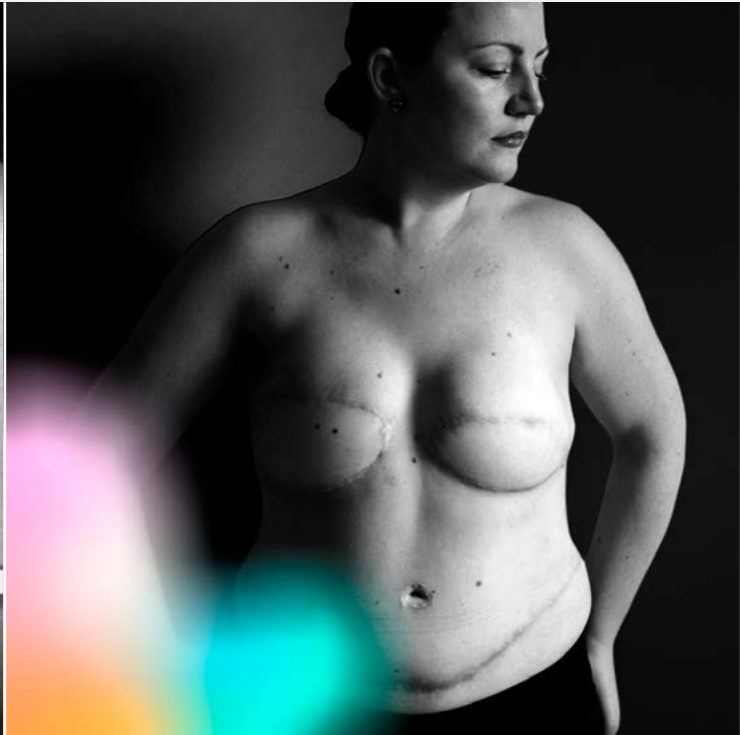
Content

We werken aan alle onderdelen van contentcreatie: van beeldontwikkeling en tekst tot de volledige online uitvoering.



Impact

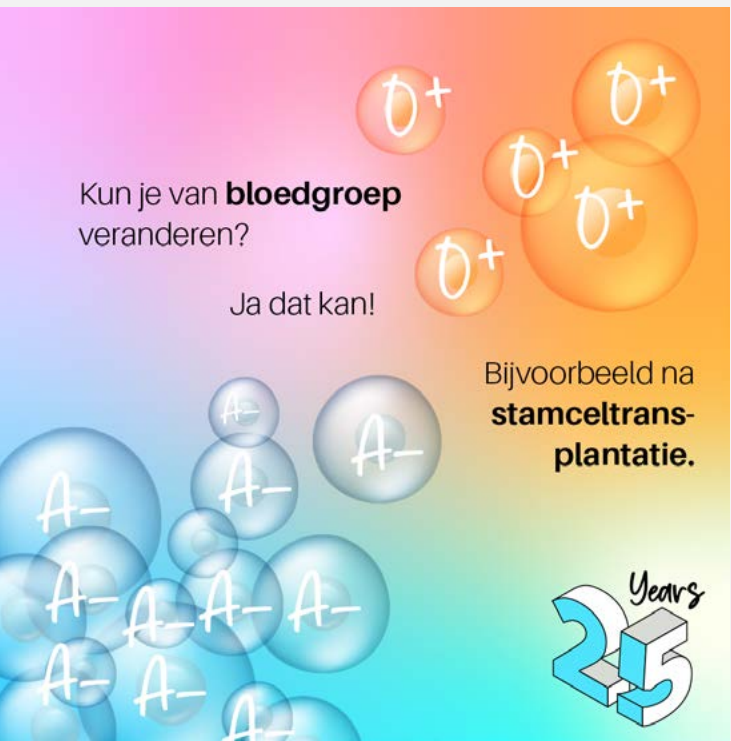
Een verstilte vorm van fotografie zetten we als stijlmiddel in om 'gevoelige' onderwerpen dichtbij te brengen, zoals bijvoorbeeld in deze social post voor de bloedbank Sanquin.



Social feed

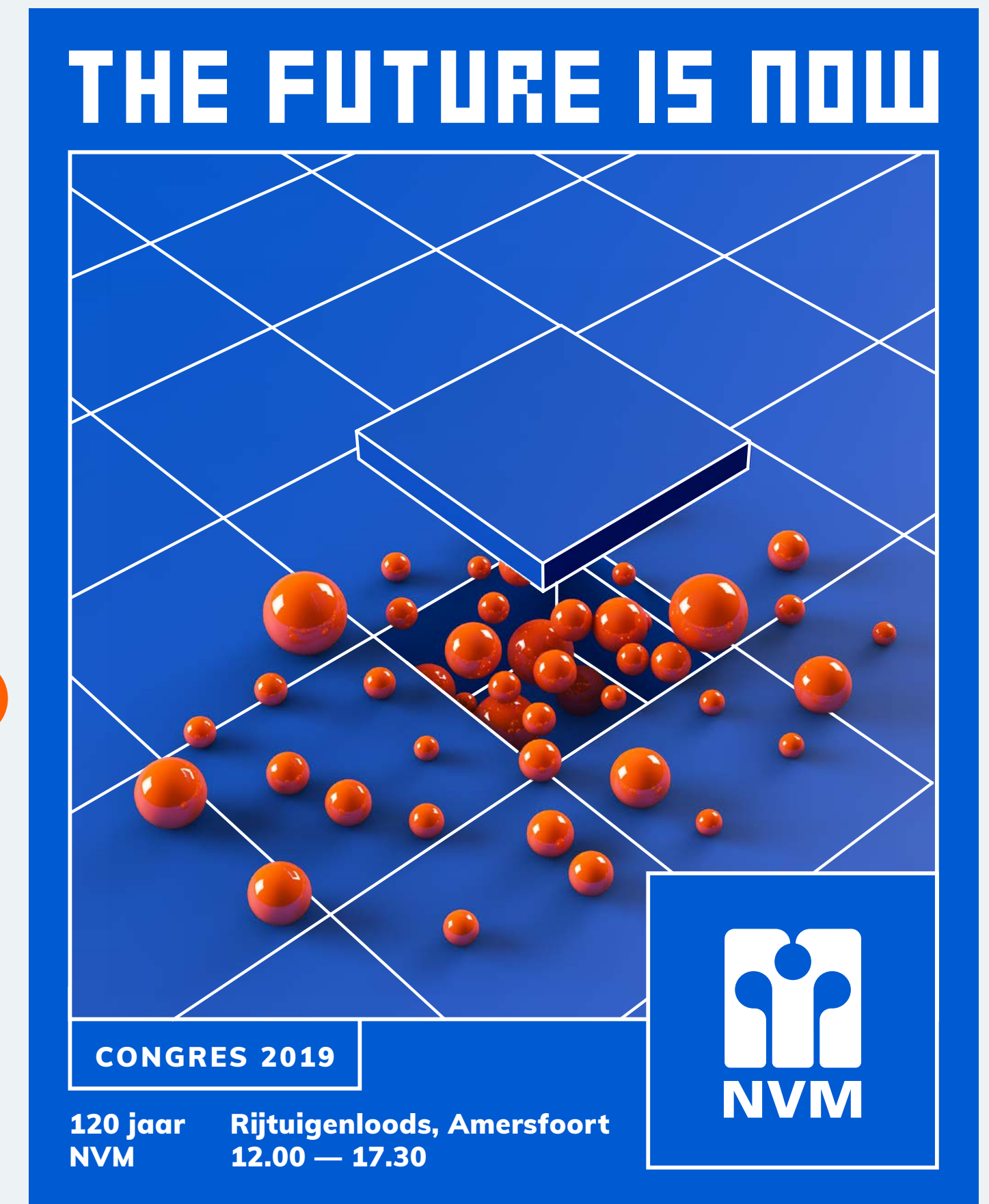
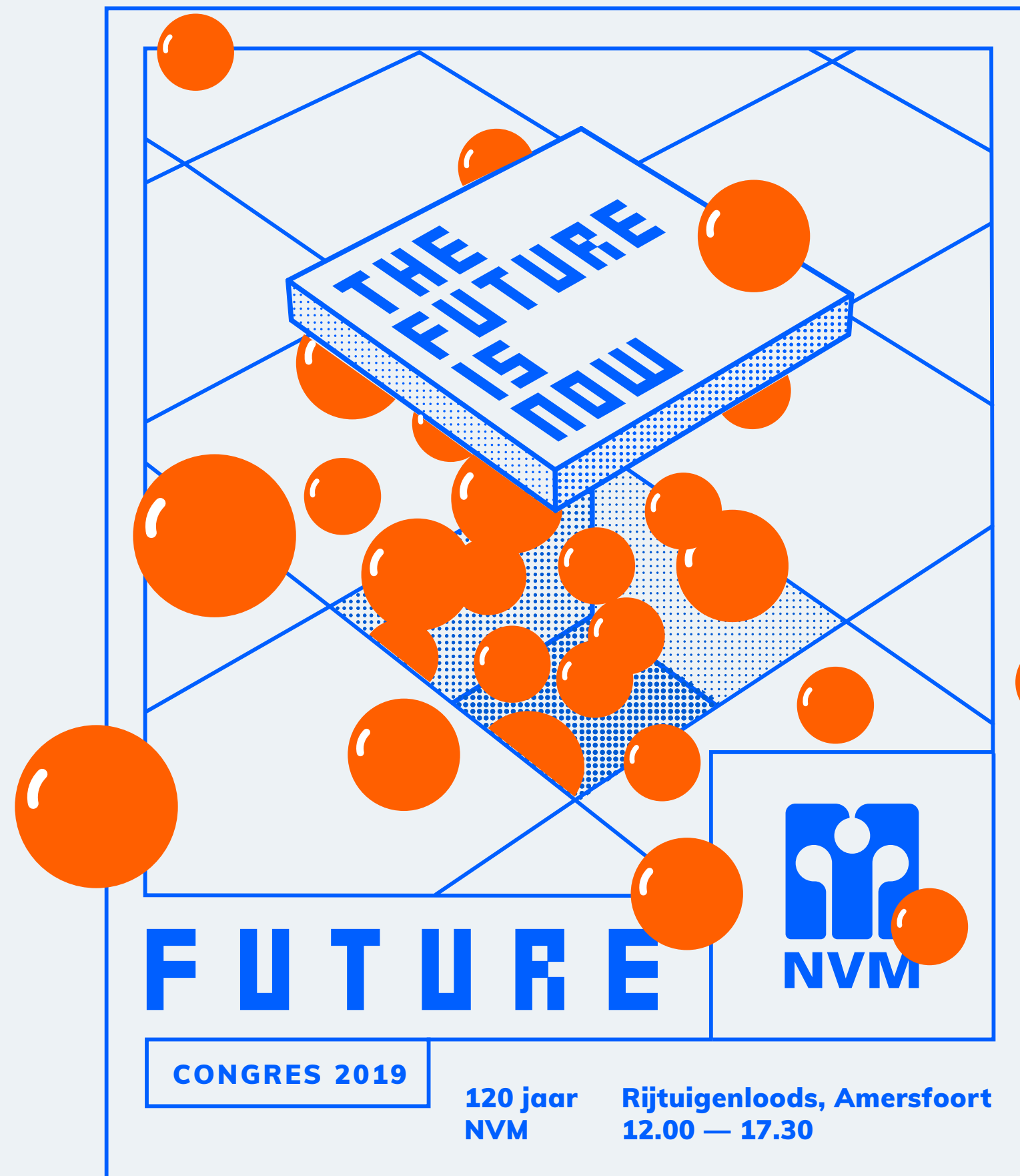
Wij positioneren het merk Sanquin als maatschappelijk relevante organisatie.

De nieuwe strategie van Sanquin 'For Life' is de visuele kapstok van onze content.



Event

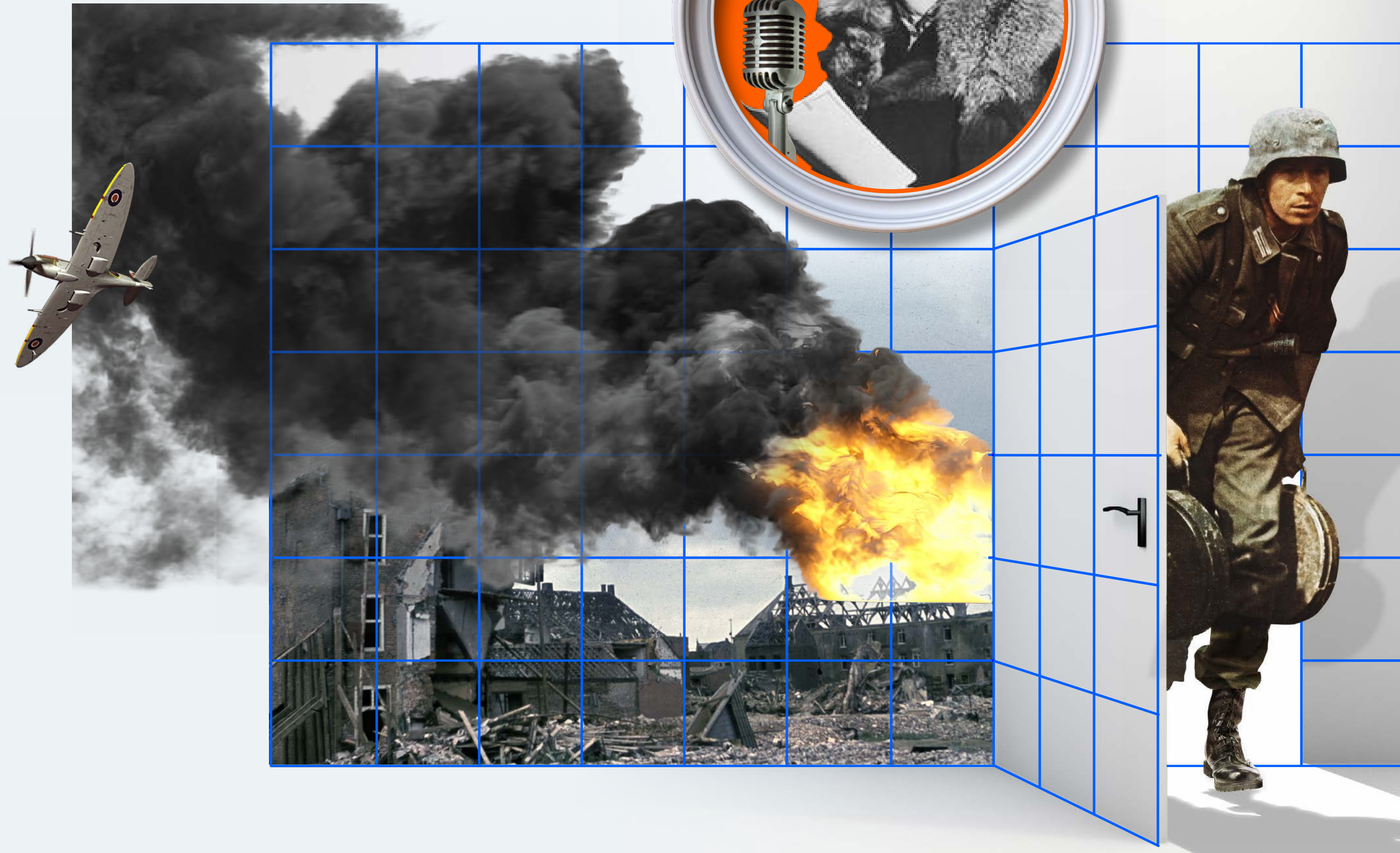
Deze taal vormt de basis voor socialmedia-uitingen rondom de aankondiging van events en congressen en ook de 'aankleding' op locatie.



Tijdslijn

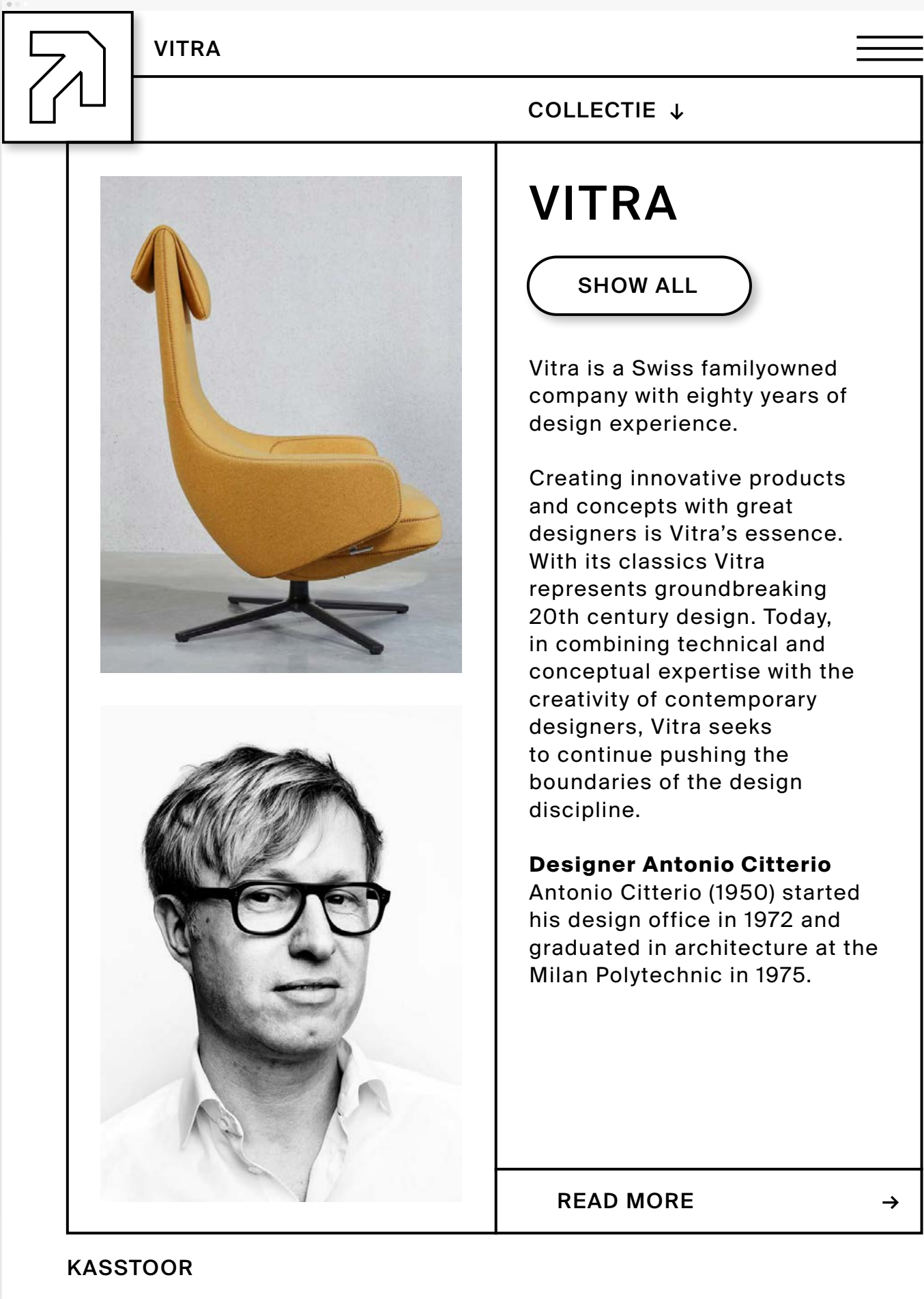
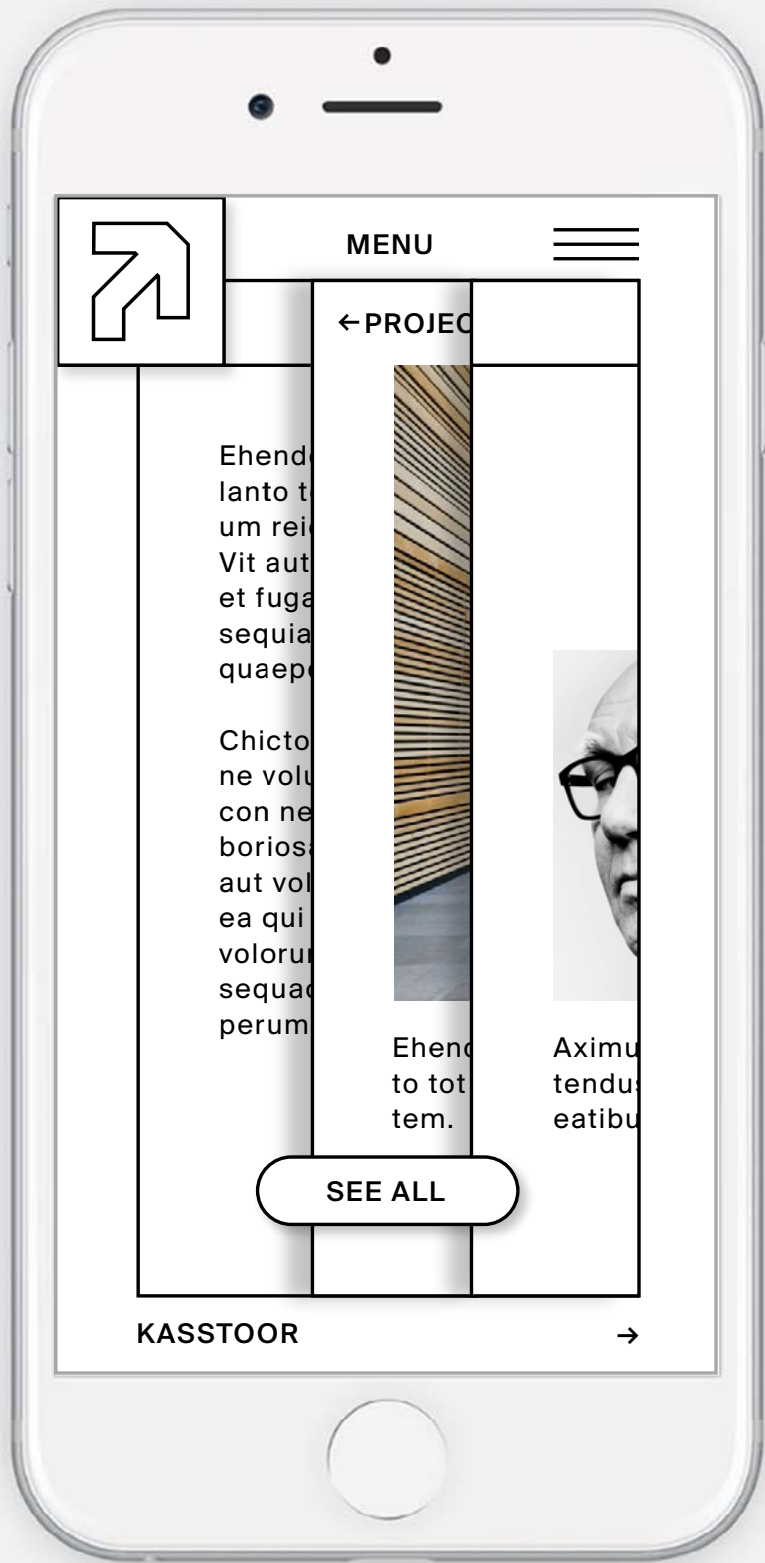
Binnen deze stijl krijgt ook complexere editorial content, zoals deze uitsnede uit een muurgrote tijdslijn, zijn vorm.

PAST 1940 - 1945



Webdesign

We hebben de complete rebranding en beeldcreatie voor Kasstoor, een high end interior design store, verzorgd.



Campagne

Voor Nike ontwikkelen we minicampagnes voor events.

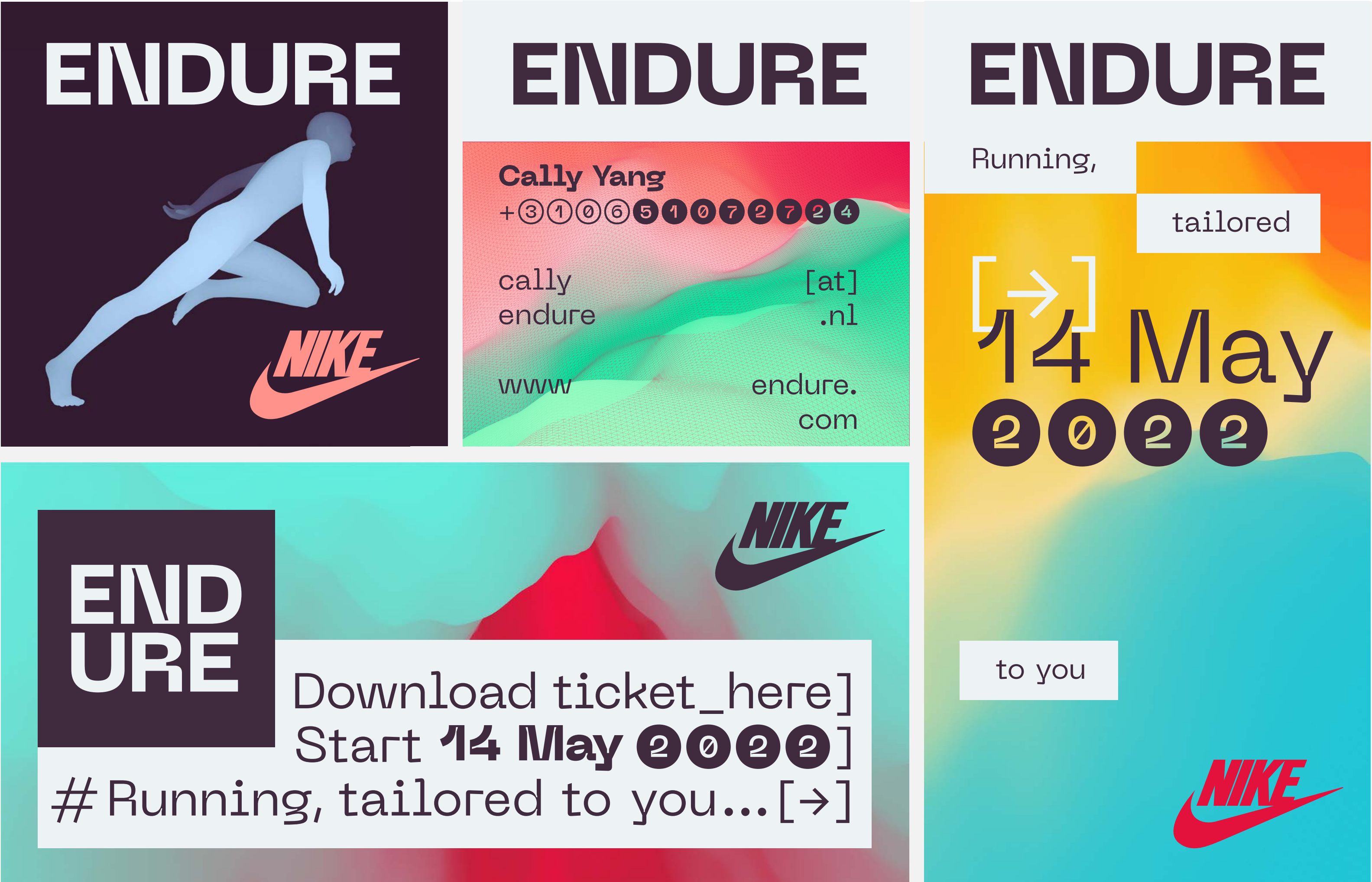


Running,
tailored to you



Styling

De campagnestijl werd toegepast op online en of offline media rondom het event.



Doelgroepen

Samen met de gemeente Amsterdam ontwikkelden we een communicatieconcept om verschillende doelgroepen in ontwikkelingsbuurten beter te bereiken.



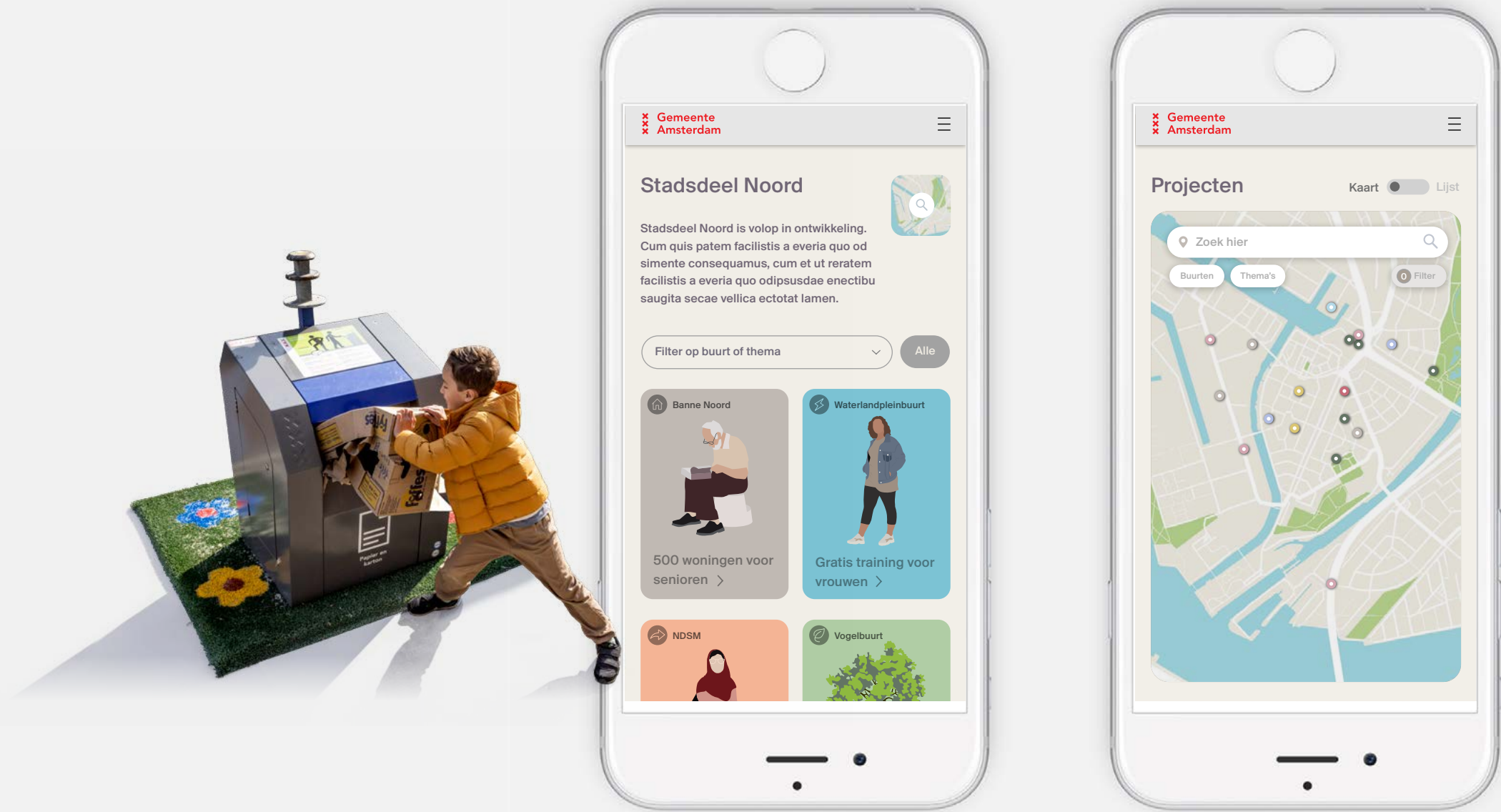
Participatie

Het gemeentebestuur hecht grote waarde aan participatie van de buurtbewoners.



Tools

In het kader van dit project ontwikkelden we ook een website, waarop alle lopende projecten in kaart worden gebracht. Deze website kan direct door de wijkteams worden geüpdatet en kan worden gebruikt bij hun gesprekken.



Visuele identiteit

Het Ontwikkelplein is een plek voor iedereen uit Amsterdam Nieuw-West die op zoek is naar (ander) werk, een passende opleiding, stage of hulp bij taal of die wil ondernemen.

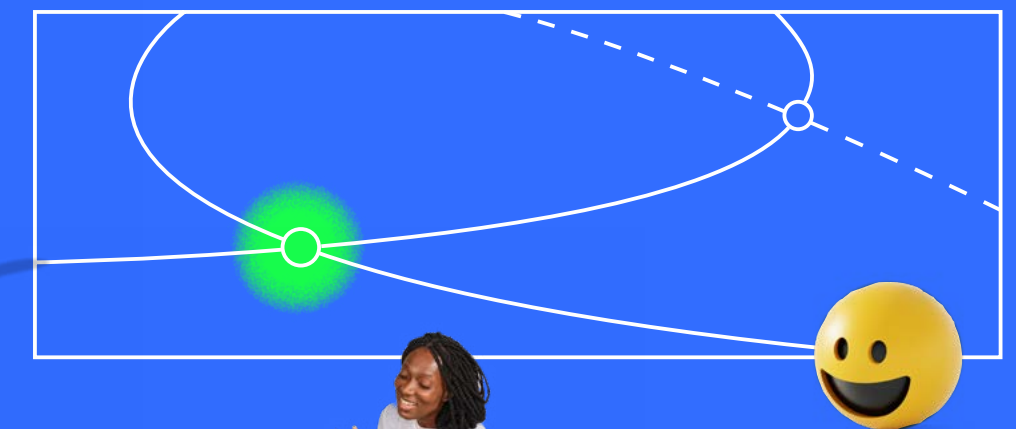
Ontwikkelplein .nl

OBA Slotermeer
Jobcoach



Ontwikkelplein

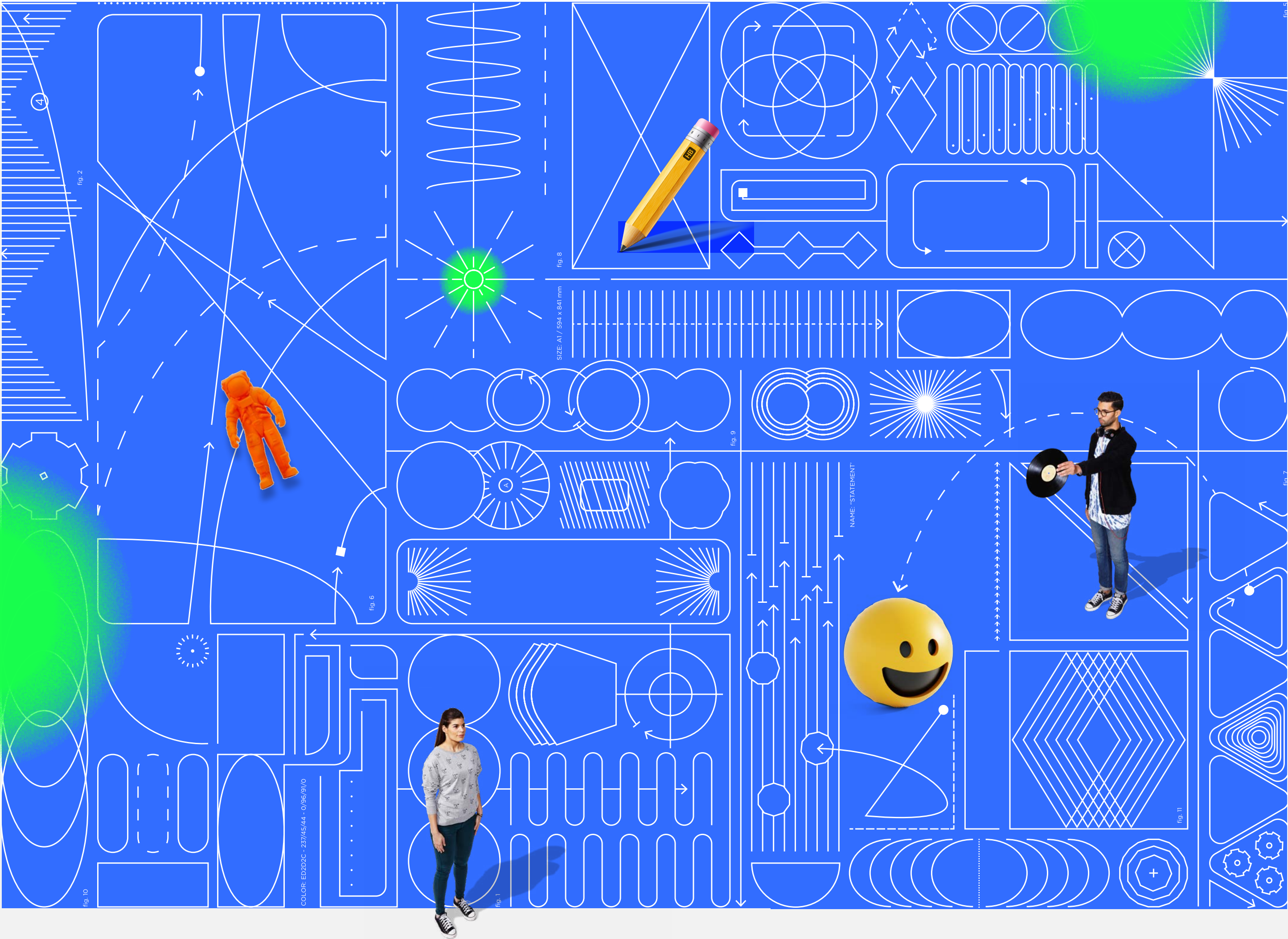
.nl



Het Ontwikkelplein
is een initiatief van de
gemeente Amsterdam

Vormentaa1

In samenwerking met de gemeente Amsterdam ontwikkelden we een eigentijdse look-and-feel voor dit project. Een bibliotheek van grafische elementen vormt de basis van alle visuele uitingen.



Young Blood

Voor Sanquin ontwikkelden we een serie visuals gericht op medewerkers van onder de 30 jaar.



Campagne

Visuals met een activistische uitstraling en verhalen van donors vormden het hart van de campagne.

THANK YOU!
THANK YOU!
THANK YOU!
THANK YOU!



Inclusiviteit

We maakten een concept voor het design ten behoeve van de herpositionering van de Volksbank.

De fotoserie ‘Humanae’ van Angélica Dass was daarin een van de visuele pijlers.



Pantone 71-7 c



Pantone 322-1 c



Pantone 331-8 c



Pantone 56-8 c



Pantone 98-7 c

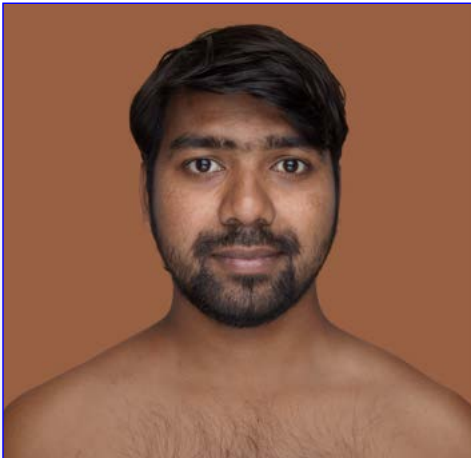


Pantone 58-7 C

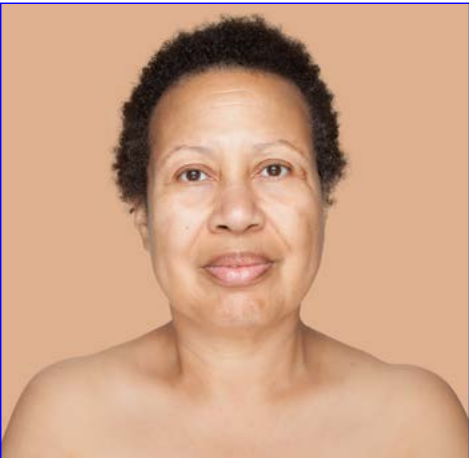




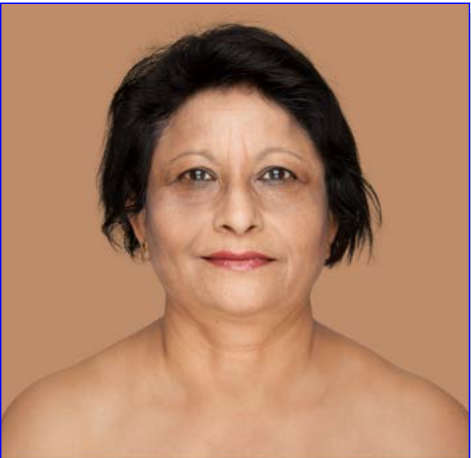
Pantone 80-7 c



Pantone 66-5 c



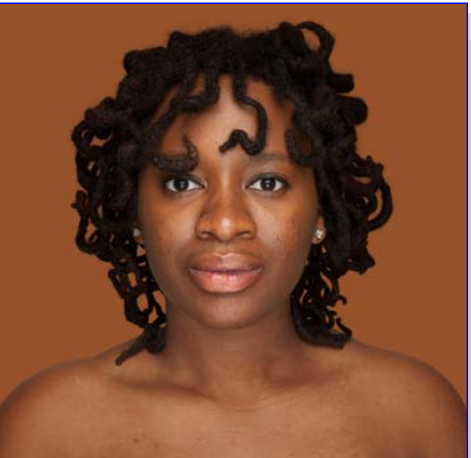
Pantone 35-11 c



Pantone 36-10 c



Pantone 36-13 c



Pantone 36-14 c



Pantone 38-7 c



Pantone xxx



Pantone 38-11 c



Pantone 74-8 c



Pantone 77-7 c



Pantone xxx



Pantone 65-7 C



Pantone 51-6 C



Pantone 51-4 c



Pantone 50-7 c



Pantone 50-6 c



Pantone 45-2 c



Pantone 54-7 c



Pantone 54-9 c



Pantone 57-6 c



Pantone 57- c



Pantone 58-6 c



Pantone 58-6 c



Pantone 59-5 c



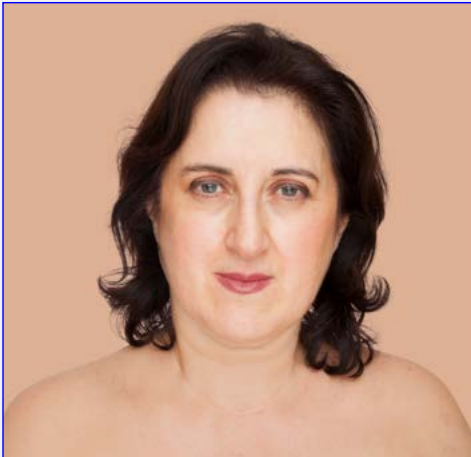
Pantone 62-8 c



Pantone 62-5 c



Pantone 58-5 c



Pantone 58-6 c



Pantone 58-6 c



Pantone 58-7 c



Pantone 58-7 c



Pantone 58-7 c



Pantone 59-4 c



Pantone xxx



Pantone xxx



Beweging

Als onderdeel van de campagne lanceerden wij het papieren magazine 'Manifesto', waarin de nieuwe strategie en visie van de Volksbank op een toegankelijke manier werden geduid.

BEELD

FOTOGRAFIE: Angelika Dams
TDSST: Yvonne Dubbick

Hoe divers is de directie van de bank?

Bankieren met de menselijke maat is het credo. Maar een mensgerichte, maatschappelijke en duurzame bank zijn, lijkt eenvoudiger dan het is. Met een samenleving die zo'n 190 nationaliteiten telt, bijna zo veel als er landen op de wereld zijn, vormt de Nederlandse bevolking allesbehalve een homogene groep. Wat voor de ene cultuur mensgericht, maatschappelijk of duurzaam is, wordt in een andere cultuur anders ervaren. Melek Usta, lid van de Raad van Advies van SNS Bank N.V. en zelf van Turkse afkomst, kent een flink aantal cultuurverschillen tussen autochtonen en allochtonen. Aan haar de vraag: waar kunnen we als bank verbeteren in onze diversiteit?

MANIFESTO #1 DE KLANT

MELEK USTA, LID VAN DE RAAD VAN ADVIES VAN SNS BANK N.V. Ze is oprichter van Colourful People en heeft meer dan twintig jaar HR-, recruitment- en advieservaring op het gebied van diversiteit, cultuur en leiderschapsthema's.



PANTONE: 57-6 C PANTONE: 322-1 C

BEELD



PANTONE: 65-4 C PANTONE: 38-7 C PANTONE: 36-13 C PANTONE: 35-11 C
PANTONE: 36-10 C PANTONE: 38-11 C PANTONE: 322-1 C PANTONE: 54-7 C
PANTONE: 50-6 C PANTONE: 50-7 C PANTONE: 67-6 C PANTONE: 51-4 C
PANTONE: 4625 C PANTONE: 45-2 C PANTONE: 51-6 C PANTONE: 51-8 C
PANTONE: 51-7 C PANTONE: 53-7 C PANTONE: 38-8 C PANTONE: 54-6 C

OPINIE

FOTOGRAFIE: Annika Hymanen
TDSST: Yvonne Dubbick

Samenspel op de vierkante meter

In een niet-Nederlandse sport is Edwin van Caik de beste bobsleeër. Nederlander ooft op een olympisch toernooi. In de viermansbob werd hij elfde in Sotji, 2014, kort daarna stopte de piloot (stuurman) met zijn sport. Over de noodzaak van samenwerking wil hij graag met ons praten. 'Het geldt in het bedrijfsleven net zo sterk als op een bobsleebaan, met als groot verschil dat de afrekening aan de finish niet in duizendsten van een seconde wordt uitgedrukt, maar in miljoenen euro's.'

EDWIN VAN CAIKER
Zijn bobsleeën is een sport die veel te maken heeft met samenwerking. Het is een sport die veel te maken heeft met samenwerking. Het is een sport die veel te maken heeft met samenwerking.

MANIFESTO #1 DE KLANT



63

MENS

FOTOGRAFIE: No Gandy
TDSST: Mirella Caputo

Mensenwerk



MANIFESTO #1 DE KLANT

DIE VAN AMBERGHIJ, FOTOGRAFIE: No Gandy
TDSST: Mirella Caputo

Wij vergaapten ons bijzonder aan de manier waarop mensen samenwerken. Het is een mooie manier om te zien hoe mensen samenwerken. Het is een mooie manier om te zien hoe mensen samenwerken.

Bijzonder Beheer - zeg maar de intensieve care van de bank - draait nog altijd overuren. Het gaat tegenwoordig vooral om samenwerken met klanten bij betaalachterstanden, in plaats van het mes op de keel te zetten. Het is een nieuwe menselijke benadering die ervoor zorgt dat het aantal hypotheekachterstanden bij SNS Bank N.V. - die van meer dan één maand - aanzienlijk is gedaald in 2015. Dat is goed voor de klant en tegelijkertijd positief voor de portemonnee van de bank.



27

BEGIN

in dit laatste zit de enorme frustratie want met een ongelooflijke lamlendigheid doet u deze zaak af met een briefje van de klantregels met daarin de grootst mogelijke kans op succes (vergeef me deze uitdrukking, want de totale desinteresse blijkt. Het is onbegrijpelijk maar waar. Deze brief nog eens extra uitleggen. Het is heel makkelijk maakt is het. Het is heel makkelijk maakt is het. Het is heel makkelijk maakt is het. MANIFESTO #1 DE KLANT



Schijnt de zon? Lachende gezichten
In het algemeen geldt: hoe moeter het wees hoe minder er wordt geklaagd door klanten. Dat is een opvallend feit, dat wellicht helemaal niet zo bijzonder is. Het zonnige doet nu eenmaal wonderen voor ons humeur. Waar we in de lente en in de zomermaanden minder klachten van klanten tegenkomen, kent de jaarwisseling een piek. Dat heeft onder andere te maken met fiscale zaken die vlak voor of na 1 januari geregeld moeten worden. Maar het komt ook door de extra betalingen die plaatsvinden in december en januari. De dertiende maand heeft daar wel degelijk invloed op. Tel daarbij op dat veel mensen kersverskieit hebben, met de bijbehorende verzeke inpostbodes en buitenlandse betalingen en volli: rond oud en nieuw komen de meeste klachten binnen bij onze marken.

Magazine

Voor alle leden van het Pensioenfonds
Zorg en Welzijn ontwierpen we dit periodiek.



Editorial

We koesteren een sterke band met journalistieke content; het vertellen van authentieke verhalen zit in ons DNA. Ons team, heeft ruime ervaring in art direction en beeldcreatie.



Nieuwe Revu (wekelijks)



Golfers (restyle, art direction)



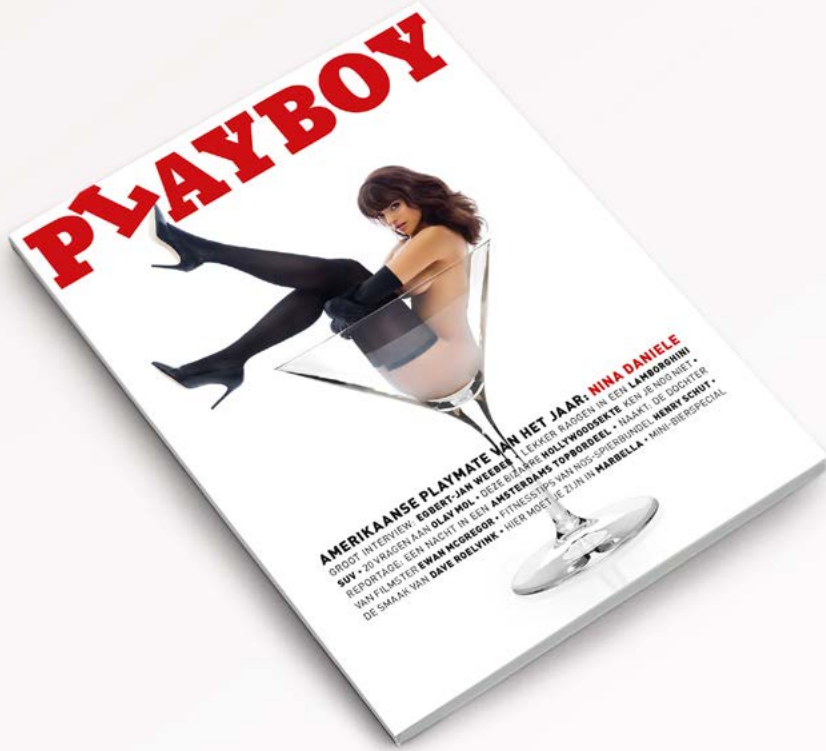
Samsam (restyle, art direction)



Quote (tot 2015)



One World (restyle, art direction)



Playboy (art direction)

We1kom!

Je bent altijd welkom in onze studio voor een kennismaking en een kop koffie.

Kom langs om ons werk te zien, ideeën te bespreken of gewoon even sfeer te proeven.

Positief stimuleren

Gedeelde verantwoordelijkheid

Bewust maken

Inspireren

Informereren

Activeren

Alle TNOers



COFFEE, TEA & WATER
UPGRADED

Fris design

Vriendelijk

Uitnodigend

Routines

Gedrag

Urgentie

www.das-studio.nl



@

←