

Dit is

MEYNN KRANT

Dat smaakt
naar meer
pg. 3



Print
is dood!
pg. 4



The love
triangle
pg. 7



MEYN TEAM

Regelmatig stellen wij vragen om jou en jouw bedrijf beter te leren kennen, omdat het ons doel is om jouw communicatie naar een hoger niveau te tillen. Maar ken jij ons eigenlijk wel? Maak kennis!

Zoals je waarschijnlijk al weet, werken we als klein team nauw samen en helpen we elkaar bij alle taken die er zijn. We zijn niet zo van de titels, maar om snel duidelijk te maken waar wij goed in zijn, hebben we zelf wat subteltels bedacht. Natuurlijk ook een aantal met een hele dikke knipoog. Dit krantje was een nieuw hersenspinsel van Melissa, zij leest graag in de zomer en vind bedrijfsbezoeken erg interessant. Dus daar hebben we een combinatie van gemaakt: Meyn Krant. We wensen je veel leesplezier en vinden het leuk als je ons jouw mening geeft over deze (eerste) editie.

Laten we beginnen met Melissa. Ze richtte op haar 20^e een eigen designbureau op omdat ze de wereld wilde verfraaien met haar ontwerpen. Hoewel dat misschien wat idealistisch klinkt, besloot ze zich uiteindelijk te richten op commercieel design, waar ze veel energie uit haalt: *"Design kan kunst zijn, maar zodra design commercieel wordt, bereik je als opdrachtgever echt meer. Commercieel design zorgt voor conversie met jouw klanten en dus meer werk, verkoop en omzet."*

Melissa is getrouwd met Emiel en heeft onlangs een nieuwe hobby ontdekt: pingelen op haar knalroze (!) piano.

Lidewij heeft haar stageperiodes bij ons afgerond tijdens haar opleiding Grafisch Vormgeven aan het GLU (Grafisch Lyceum Utrecht). Ze werkt nu al meer dan een jaar bij ons. Op dinsdag, woensdag en donderdag zit ze op kantoor achter haar iMac en tovert ze de gaafste ontwerpen tevoorschijn. Ze is ook een echte powervrouw: in haar vrije tijd kun je haar vaak in de sportschool vinden, waar ze graag met gewichten in de weer is.

Henny is onze 'office mom'. Naast dat ze daadwerkelijk Melissa's moeder is, staat ze altijd klaar om teksten na te lezen, de beste koffie te zetten en eerlijk haar mening en advies te geven. Henny is een echte perfectionist als het op cijfers aankomt. We noemen haar dan ook het administratieve wonder van Meyn Graphic Design. In de zomer vind je haar samen met haar man op het water van zeiljacht 'Zusje'. Zie je ze voorbij varen, zwaai dan even!



HELLO
MY NAME IS

Lidewij

Graphic Designer

Social Media Wizard

Logical Logo Developer

Champ For Compositions

Visual Pixel Crafter



HELLO
MY NAME IS

Henny

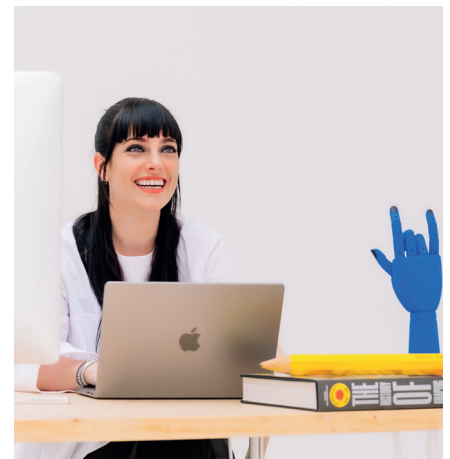
CFO

Advisor

Lovely Office Mom

Textcorrector

Best Barista In Town



HELLO
MY NAME IS

Melissa

Creative Art Director

Perfect Package Designer

Brand Identity Expert

Commercial Marketing Nerd

Illustrator Rockstar

DAT SMAAKT NAAR MEER!

We vieren 12,5-jaar Meyn Graphic Design. De afgelopen jaren hebben we met veel plezier en creativiteit diverse ontwerpen gemaakt voor onze geweldige opdrachtgevers (ja, dat ben jij!).

Dankzij de afgelopen jaren beschikken we nu over een schat aan kleuren, vormen, letters en iconen. Wij zijn er elke dag vol enthousiasme mee bezig en hopen dit nog vele jaren te kunnen voortzetten.

Hoe we dit vieren?

Een traditionele receptie sprak ons niet echt aan. Het idee om in een rijtje te staan, twee uur lang handen schudden, een korte speech en dan weer naar huis... Dat past niet bij onze creativiteit! Daarom hebben we iets bedacht wat veel beter bij ons past. Iets wat schreeuwt "Dat smaakt naar meer!" We presenteerden met trots een fles bubbels met ons eigen unieke design. Deze limited edition **MEYN CAVA BRUT** is speciaal voor ons gebotteld in het noorden van Spanje, in een oplage van slechts 96 flessen. *Disclaimer: hij plopt hard!*



In deze fles zit ook een stukje van jou als opdrachtgever. Benieuwd hoe dat precies zit? Dat lees je in de bijbehorende kaart, die in de verpakking te vinden is.

Ga jij deze zomer proosten met onze cava? Serveersuggesties staan op de fles! We hopen dat je er van geniet.

Liefs,

Melissa van den Brink-
Koelewijn, in 2010 trotse
oprichter van
Meyn Graphic Design
meyndesign.nl

PRINT IS DOOD

Met de snelle opkomst van digitale technologieën en de dominantie van het internet, leek het de laatste jaren misschien alsof print langzaam maar zeker zijn laatste adem uitblies. Maar is dat echt het geval?

Door: Melissa van den Brink-Koelewijn & Lidewij Heinen

Beeld je eens een ruimte zonder print in: een woonkamer zonder krant of magazine op de koffietafel, geen prachtige kookboeken in de keuken, geen gave afdruk in een lijst aan de muur... Stel je voor dat je alleen digitale schermen hebt om informatie en inspiratie op te zoeken. Hoewel digitale media ons veel gemak en toegang tot informatie bieden, zouden we een tastbaar verlies ervaren zonder de aanwezigheid van print.

De opkomst van digitale media heeft ongetwijfeld geleid tot geweldige veranderingen in de manier waarop we informatie consumeren en met elkaar communiceren. We zijn gewend geraakt aan het directe, snelle karakter van digitale content, die we met een paar klikken kunnen delen en verspreiden. Dit heeft geleid tot de perceptie dat print verouderd en achterhaald is. Maar er is er nog steeds een grote groep mensen die waarde hecht aan tastbare, fysieke media. Print heeft een unieke esthetiek die digitaal niet altijd kan worden gereproduceerd. Het gevoel van een goed ontworpen visitekaartje in je handen, de rijke kleuren van

een gedrukte poster aan de muur of de textuur van een luxueuze tijdschriftpagina zijn allemaal ervaringen die digitaal niet kunnen worden geëvenaard. Dit maakt print nog steeds aantrekkelijk voor bepaalde doelgroepen en doeleinden.

Bovendien biedt print je een gevoel van geloofwaardigheid en betrouwbaarheid dat in de digitale wereld soms ontbreekt.

Een gedrukte publicatie, zoals een boek of een magazine, straalt een zekere autoriteit uit en wordt vaak als waardevoller beschouwd dan een online artikel dat snel kan worden aangepast of verwijderd. Dit maakt print een geschikt medium voor langdurige informatieverstrekking en branding.

Foto: Lidewij Heinen
designer bij Meyn
Graphic Design.
Fotograaf:
Ellen Frederique

Daarnaast is print niet langer beperkt tot de traditionele vormen zoals boeken en tijdschriften. Innovaties in de drukwerktechnologie hebben geleid tot nieuwe mogelijkheden, zoals bijvoorbeeld gepersonaliseerd drukwerk, folie-verpakkingsontwerp en grootformaatdrukwerk, zoals geprinte vlaggen, spandoeken en zelfs bedrukte parasollen en stoffen strandstoelen. Deze ontwikkelingen hebben de deur geopend naar creatieve toepassingen van print, waarbij ontwerpers (*wij dus*) kunnen experimenteren met texturen, afwerkingen en materialen om unieke visuele ervaringen te creëren.

Print en online combineren

Natuurlijk heeft print ook zijn nadelen. Het is ook duurder en tijdrovender dan digitale content en het bereik is vaak beperkter. Bovendien is de impact op het milieu een belangrijk aandachtspunt, gezien de hoeveelheid papierafval die wordt gegenereerd. Het is dan ook belangrijk om duurzaam en



“**BEELD JE EENS EEN RUIMTE ZONDERPRINT IN...**

Het leven zonder prints is volgens Lidewij vreselijk saai.

OF TOCH NIET?

milieuvriendelijke drukwerk te omarmen. Er zijn veel soorten eco-friendly papiersoorten of zelfs stonepaper, dat is papiervrij! Maar wat ons betreft ligt de kracht van drukwerk in de combinatie van offline en online. De QR-code is een veelgebruikt voorbeeld hiervan. Op een folder, in magazines of in een advertentie wordt verwezen naar een webpagina met meer informatie middels een QR-code. Eerst wordt de lezer getriggerd door een goed design wat aanzet tot actie: scannen. Na het scannen van de code op een telefoon of tablet wordt de juiste webpagina geopend met meer informatie, een aanmeldformulier, een video, social media of wat je ook wilt communiceren.

De mogelijkheden zijn eindeloos. Dus, scan deze QR-code en volg ons op Instagram. Daar delen we het hele jaar door tips, trends en ons nieuwste werk!



Kortom, hoewel digitale media de manier waarop we communiceren en informatie tot ons nemen hebben veranderd, is print zeker niet dood! Het heeft eigen unieke voordelen en blijft een waardevol medium voor alle soorten van visuele communicatie: van krant, billboards, verpakkingen en de aankleding van elke ruimte! Het beste ontwerpwerk komt tot stand door een slimme combinatie van off- en online media, waarbij de sterke punten van beide worden benut. Dus laten we de veelzijdigheid van print omarmen en erkennen dat het nog steeds een belangrijke rol speelt in ons leven.

Wil je weten wat deze gouden combinatie voor jou kan betekenen? Je hebt onze gegevens, bel of mail en we gaan samen sparren!



Leesvoer

Zomertijd staat vaak in het teken van intense drukte én ontspanning opzoeken. Of je dit nou met een badmintonsetje op de camping doet of met je voetjes dansend in het zand, we hopen dat je er mega van geniet!

Wil je jouw communicatie na de zomervakantie naar een hoger niveau tillen? Dan hebben we wat boekentips voor je. Laat je inspireren door verschillende cases, leer nieuwe methodes en krijg inzichten in jouw communicatie én je klanten. Als je het leuk vindt, maak dan een afspraak om samen verder te sparren. *'Plus vident oculi, quam oculus'*. Of gewoon in het Nederlands: twee paar ogen zien meer dan één! Fijne zomer.

STORY BRAND
Donald Miller
Over inzetten op het verhaal van je klant.



BRAND DESIGN

Ruud Boer
Het bouwen van een merk: groeien vanuit merkstrategie en vormgeving.



HOE VERZINNEN ZE HET? Jaap Toorenaar
Bedenkers van onvergetelijke reclames aan het woord. Gave cases.



ZOMERSE DESIGNS

Terwijl we dit schrijven, genieten we van een stralende zomerdag met een temperatuur van 25 graden. Het is duidelijk dat de zomer in volle gang is! Ondertussen zijn we als designers al bezig met de eerste kerstdesigns.

Als professionals in design en communicatie werken we namelijk ver vooruit op de seizoenen.

Het toffe van ons werk is dat we uiteindelijk het eindresultaat fysiek kunnen vasthouden. Soms gebeurt dit al na een paar dagen, zoals bij het drukken van

menukaarten, flyers en andere promotiematerialen. In andere gevallen moeten we iets langer geduld hebben, zoals bij het produceren van verpakkingen. Hier is een langer productieproces van toepassing.

Het afgelopen voorjaar hebben we hard gewerkt aan diverse designs. Natuurlijk weet je zelf welke projecten we specifiek voor jou als opdrachtgever hebben gerealiseerd. Maar leek het ons leuk om je een inkijkje te geven in een kleine selectie van ons recente werk, wat je deze zomer zomaar 'in het wild' kan tegen komen:



BOTTERPOP: Lokaal muziekfestival in de haven van Spakenburg.



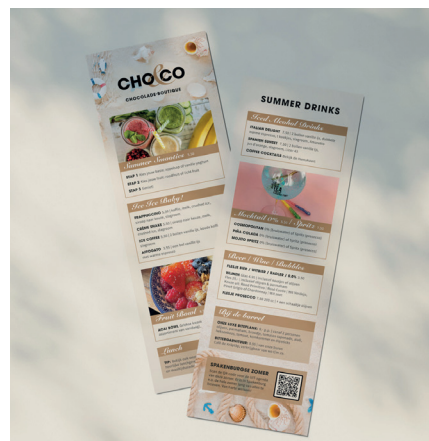
Mr. Fillet: Verpakkingontwerp: foliezakken & omdozen voor tien verschillende kipproducten.



Center Parcs de Eemhof: Korting en informatie voor tickethouders van Rederij de Zuidwal in samenwerking met Spakenburgse ondernemers.



FireTech Fuels: Nieuwe huisstijl en een complete verpakkinglijn voor het uitgebreide assortiment.



CHO&CO: Een extra menukaart voor de zomermaanden met zomerse specials.



INTRABV: Getekende photowall voor bezoekers van de jaarlijkse haringparty in juni.

The love triangle

De driehoeksverhouding tussen jou als opdrachtgever, productiebedrijven en wij als designers.

Dit is een noodgeval! Jij hebt een probleem. Of het nu gaat om een briljant idee dat je hebt bedacht maar niet weet hoe je het moet visualiseren, of je bevindt je in een (zakelijke) identiteitscrisis. Het is nu eens tijd om actie te ondernemen. Communicatie is dan eerste stap. Maar wat is de beste oplossing voor jouw probleem?

Wij pretenderen niet dat we de wereld kunnen verbeteren, maar design helpt wel om jullie boodschap helder naar buiten te brengen. Of het nu

gaat om een opvallende verpakking in het landschap van supermarkten en groothandels, of je wilt jezelf duidelijker positioneren in de winkelstraat en online. De kracht ligt in heldere visuele communicatie. Als design-enthousiastelingen noemen wij dit branding. Maar met alleen een goed logo, sterke huisstijl en een plan ben je er nog niet.

Daar komt "the love triangle" of driehoeksverhouding tussen jou als opdrachtgever, wij als designers en diverse productiebedrijven om de hoek kijken. Zodra we samen het probleem hebben geïdentificeerd en daar een oplossing voor hebben bedacht en ontworpen, is het tijd om te publiceren! Publicaties in de breedste zin van het woord: van drukwerk tot social media en websites.

samen met veel lokale professionals, zorgen ervoor dat het project soepel verloopt en dat we allemaal trots kunnen zijn op het eindresultaat.

Hocus, pocus, focus

Een vleugje designmagie, samenwerken met bedrijven die passen bij jouw wensen en een gezamenlijke scherpe focus op het eindresultaat. We hebben het dan over een passende fotograaf voor het beste beeldmateriaal en drukkerijen voor flyers, menukaarten, verpakkingen en promotiemateriaal. Maar ook over signbedrijven voor het beletteren van jullie wagenpark, bedrijfspand en bedrijfskleding, of webbouwers die onze ontwerpen vlekkeloos kunnen omzetten in een goed functionerende website. Elke opdrachtgever heeft zijn eigen wensen en eisen. Omdat wij niet

“ EEN VLEUGJE DESIGNMAGIE, SAMENWERKING EN FOCUS OP HET EINDRESULTAAT.

De kracht van een driehoeksverhouding.

Hiervoor werken wij samen met professionals. We zijn ervan overtuigd dat je niet overal de beste in kunt zijn en dat je niet alles zelf moet willen doen. Dus nee, we gaan geen drukpers aanschaffen en zelf drukwerk verzorgen, geen afdeling voor belettering opzetten en gaan ook niet zelf aan de slag met programmeren. Gelukkig hebben we door jarenlange ervaring de juiste betrouwbare connecties opgebouwd.

In een gemeente zoals Bunschoten, zijn veel ondernemers gevestigd. Het is logisch dat je dan ook je eigen netwerk wilt gebruiken voor de productie van bijvoorbeeld drukwerk, signing of webbouw. Wij werken

gebonden zijn aan bijvoorbeeld één vaste fotograaf of drukkerij weten wij jou te koppelen aan de specialist voor jouw specifieke opdracht.

De focus ligt voor ons altijd op het eindresultaat. Want is het niet ieders doel dat een uitgewerkt design meer conversie met jouw doelgroep opwekt? Of gewoon heel plat gezegd: design moet werken voor jou, het moet jou meer omzet opleveren. Hier schreven we ook over op onze social media kanalen. Tip: lees deze korte posts nog eens terug. Wil je meer verdieping? Neem dan deze zomer de tijd om over jouw sterke en unieke boodschap na te denken aan de hand van onze boekentip "Story Brand", zie pagina 5.



Deze krant is gemaakt van 100% landbouwafval, is ISO 14001 gecertificeerd en chloorvrij. Omdat dit papier niet van bomen wordt gemaakt, maar van landbouwafval zoals bladeren en stengels van o.a. graan en suikerriet, die bij de oogst normaal gesproken verloren zouden gaan (lees: verbrand worden) is het niet FSC gecertificeerd. Maar de impact op het milieu is 47% lager dan papier afkomstig van bomen en zelfs 29% lager dan gerecycled papier! **Lees meer over drukwerk op pagina 4.**

