



NOVEMBER 2011

Het mooie van ons vak: we mogen ons verdiepen in een grote diversiteit aan opdrachtgevers, merken, communicatievraagstukken en producten. Van positionering tot merkpaspoort. Van huisstijl tot website. Van offline tot online. Het bindende element: HeldHavtig, creatief in communicatie. In deze publicatie tonen we u een greep uit ons recente werk. Los Zand verschijnt inperiodiek. We zien halsreikend uit naar uw reactie.

**HeldHavtig** Paul Haverman  
Jochem Joosse  
Marion de Pater  
Christel Vervoort  
Maurijn de Vries  
Bart Waalen  
**Drukwerk** Nauta Haagen  
**Met dank aan** onze opdrachtgevers  
en leveranciers

## 01 januari 2012 HAVERMAN & DE VRIES BEGINNEN B.A.T.-RELATIE...

HeldHavtig (voorheen Haverman van Maaskant de Bruijn) is opgericht op 1 februari 1999. Drie jaar later, op 02-02-02 om precies te zijn, de trouwdag van Willem-Alexander & Maxima, nam Maurijn aandelen over van Paul. De heren gingen destijds de verbintenis aan onder één huwelijkse voorwaarde, Paul wilde 10 jaar later HeldHavtig verlaten om als eenling zijn arbeidzame leven te vervolgen. Maurijn ging akkoord. Vanaf de eerste dag wisten we dus dat we op 1 januari 2012 zouden gaan latten. Misschien is batten, gebaseerd op Business Apart Together, een beter woord?

Binnenkort is het zover. Paul: 'Naarmate het moment van afscheid nadert, wordt onze samenwerking alleen maar hechter'. Maurijn: 'We zijn voornemens te blijven samenwerken'. Ondanks deze mooie woorden moeten zowel Haverman als De Vries beiden best wennen aan de situatie die gaat ontstaan. Voor u zal dat niet anders zijn. Reden waarom we u informeren over de op handen zijnde ontwikkeling.

Van één streven zijn we doordrongen... We willen beiden dat onze relaties de vruchten kunnen blijven plukken van onze samenwerking. HeldHavtig zal dan ook eenzelfde kwaliteit blijven leveren als voorheen. We blijven werken met eenzelfde enthousiasme. Op eenzelfde goede vertrouwensbasis. Paul, straks in de hoedanigheid van partner in business van HeldHavtig, zal hierna graag zijn bijdrage leveren. Uiteraard houden we u op de hoogte.

Heeft u - naar aanleiding van deze publicatie - vragen of opmerkingen, aarzel niet. Bel gerust met Maurijn of Paul.

### NIJWE HUISSTIJL

# OLV

## Kweekvijver voor talent

Voor het Onze Lieve Vrouweyuceum (OLV) in Breda maakte HeldHavtig een nieuwe huisstijl. We lieten ons daarbij inspireren door de vijvers waar de school op uitkijkt. De heldere kleuren zijn geënt op de reflectie van licht in water. De helder geel gekleurde letters O, L en V dragen in een stevige typografie het nieuwe élan uit waarmee de school naar buiten treedt. De kleur geel staat voor verbinden, ontmoeten, opgewektheid, licht en intelligentie. In alle uitingen profileert het OLV zich met de slogan 'kweekvijver voor talent'.

## Nieuwe, tweetalige website Dr. Falk



Dr. Falk Pharma verzocht HeldHavtig om voor FibroFalk een nieuwe product-website te ontwikkelen. FibroFalk is een vezelrijk voedingsupplement dat de darmfunctie reguleert zonder de stoelgang te forceren. De tweetalige website (FR/NL) is overzichtelijk en biedt de mogelijkheid om het product online te kopen. Volgens de Belgische regelgeving is het strikt verboden om verwend of doelgroepgericht te communiceren. De info is dan ook beperkt tot de feitelijke gegevens. Door een actiegerichte aanpak vormt de website een centraal bakken waar zowel marketing als social media deel van uitmaken. [www.fibrofalk.be](http://www.fibrofalk.be)

### IDENTITEIT



## Driestroom introduceert nieuwe huisstijl vol zelfbewustzijn

Driestroom is een organisatie die diensten verleent aan mensen met een beperking. De medewerkers streven ernaar zo goed mogelijk aan te sluiten op de wensen van de cliënt. Zij zien het als hun missie om bij te dragen aan ieders individuele beleving van dagelijks geluk. Reden waarom HeldHavtig voor Driestroom de nieuwe slogan hierop baseerde: 'Wat betekent alledaags geluk voor jou?'. De vraag markeert het zorgvuldige begin van maatwerk... De slogan maakt deel uit van de nieuwe huisstijl waarin een beeldmerk met kringen in het water centraal staat. Kringen zoals die worden veroorzaakt door een steentje dat over het wateroppervlak springt. Als metafoor voor contactmomenten en beweging.

## HeldHavtig. Nu ook in China.



### STAHL MERKPASPOORT

In samenwerking met merkstrateeg Paul Moers ontwikkelde HeldHavtig voor Stahl een merkpaspoort. Stahl is een klantgericht bedrijf dat zich specialiseert in het leveren van lakken en chemicaliën voor de bewerking van het modegevoelige product leer. In het merkpaspoort staat beschreven waar het merk Stahl voor wil staan en hoe het gezien wil worden. Stahl nodigt in de publicatie elke medewerker uit tot een creatieve verkenning van de eigen mogelijkheden om het sterke merk internationaal verder uit te bouwen. Het merkpaspoort is inmiddels vertaald in het Engels, Spaans, Portugees, Turks, Italiaans, Chinees en is wereldwijd verspreid.

## NIJWE WEBSITE Travel Inventive specialist in school- en studiereizen op maat



Het tot in de puntjes regelen van een schoolreis of studiereis blijft een vak apart. Travel Inventive beheerst dat als geen ander. De vraag van onze opdrachtgever: 'Vernieuw onze website, want na bijna 10 jaar schreeuwt de site om eigenlijke aanpassingen.' Een goede website is van evident belang om alle reismogelijkheden te kunnen presenteren en verkopen. Meer beleving uitstralen en de mogelijkheid bieden om informatie in eigen beheer snel en makkelijk te bewerken. De vernieuwde website is te vinden op [www.travelinventive.nl](http://www.travelinventive.nl)

## Tevredenheidsonderzoek onder leveranciers

Stagiaire Jeroen Tijssen (22), student Communicatie aan Fontys Hogescholen, onderzocht het imago van HeldHavtig onder haar leveranciers. Hij voerde daartoe 11 gesprekken. Jeroen: 'Het onderzoek is prima verlopen, ik heb een rapportje geschreven en aanbevelingen gedaan. De meeste leveranciers zitten op één lijn en ervaren samenwerken met HeldHavtig als prettig.' Enkele positieve punten: 'Medewerkers van HeldHavtig weten de 'sweet spot' te raken tussen informeel en serieus', 'HeldHavtig is creatief', 'De medewerkers zijn open en toegankelijk'. Ook de aanbevelingen neemt HeldHavtig uiteraard ter harte. Zoals: 'Graag één duidelijke projectverantwoordelijke naar buiten toe, het is niet altijd helder wie dat is.' HeldHavtig dankt haar leveranciers voor hun medewerking aan het onderzoek.

## ADVERTENTIES, TEKST EN CONCEPT De culinaire horizon van Campingaz

Wie kent de blauwe gastankjes niet? Campingaz - met slechts één gl - levert ook campingbenodigdheden zoals barbecues, lantaarns, luchtbedden en koelers. De bij het merk horende kernwaarden zijn reliable, expert, innovatieve, sociale en customer focused. HeldHavtig is gevraagd voor Campingaz en Coleman (tenten) advertentieconcepten te ontwikkelen en de bodycopy te schrijven. Daarbij streefden we ernaar zowel functionele voordelen te communiceren als de beleving van het samen buiten zijn.



## HUISARTSENPRAKTIJK SIGNING

In het centrum van Breda voeren de huisartsen Saes, Perrée en Leemans een typisch stads huisartsenpraktijk. Alle patiënten worden er met respect bejegend. De praktijk is gevestigd onderin een flatgebouw in enkele voormalige winkelpanden. De gevel bestrijkt aan de voorzijde 6, en om de hoek nog eens 2 etagepanden. Het aanzicht vertoont geen visuele eenheid en oogde betrekkelijk saai. HeldHavtig is gevraagd een signing te ontwerpen die aansluit bij de identiteit en de kernwaarden van de praktijk, zoals rust, vertrouwelijkheid & professionaliteit.



## SIGNING KIOSK CENTRUM BREDA Een uitnodiging om te proeven



De 26-jarige ondernemer Bas Elissen is een lunchroom gestart op een strategische locatie in het centrum van Breda. De door hemzelf bedachte naam 4 SEASONS 2 GO verwijst naar de seizoensgebonden producten die er verkrijgbaar zijn. Overvloedige broodjes; heerlijke koffie; fruitsappen & smoothies en ambachtelijk bereide soepen. HeldHavtig ontwikkelde het logo, de signing van het gebouwtje en de uitnodiging voor de opening. In alle uitingen staat het woord VURRUKKLUK centraal. De producten van 4 SEASONS 2 GO zijn een zintuiglijke beleving.

# Business Apart Together

