

NOBLE MATTER.

BRAND & DIGITAL STUDIO

Sterke merken.
Websites die
overtuigen.



Brand guidelines

Verhaal. Identiteit. Gebruik.

01

Een merk om mee te werken.

Dit werkdocument legt de gekozen merkbasis vast. General Sans is goedgekeurd. De getoonde homepage, visitekaarten, presentaties en social ontwerpen zijn ontwerpproeven die na nieuw onderzoek worden herwerkt; ze zijn niet goedgekeurd voor de uitrol.

01 / Merkfundament	03
02 / Merktaal	10
03 / Logo	15
04 / Kleur	24
05 / Typografie	27
06 / Beeld & beweging	30
07 / Toepassingen	34
08 / Gebruik & overdracht	46

Goedgekeurde basis

De naam, het woordmerk met punt, het Verweven NM en de kleuren petrol, citrien en krijt.

Vastgelegd in versie 1.2

General Sans is de goedgekeurde huistypografie. Titels in Medium, bodytekst in Regular en gerichte nadruk in Semibold. Woordmerk, Verweven NM, kleuren, kaders en bollen blijven de basis.

Toepassingen

De mockups zijn ontwerpvisualisaties. De vlakke bestanden tonen het exacte ontwerp. Bevestig contactgegevens, materiaal en productiespecificaties vóór publicatie of bestelling.

Het merk en de website horen bij elkaar.

Sterke merken.

Websites die
overtuigen.

We ontwikkelen hoe een onderneming naar buiten komt en hoe mensen haar online ervaren. Merkstrategie en identiteit geven richting aan de website. SEO, campagnes en doorontwikkeling bouwen daarop verder.



Edele materie. Een merk dat ertoe doet.

Noble • Matter

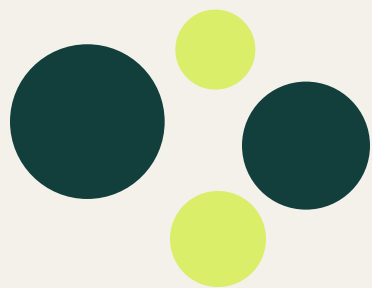
Noble staat voor kwaliteit, karakter en integere intenties. Voor de zorg waarmee iets is gemaakt. Het geeft de naam haar ambitie: werk afleveren waar we achter staan.

Matter zijn de bouwstenen: ideeën, kennis en de ambitie van een onderneming. Tegelijk betekent to matter ertoe doen. Wat we maken moet betekenis krijgen in de wereld van de klant.

De dubbele laag van Noble Matter: iets waardevols maken, en zorgen dat het ertoe doet.

Van ruwe ideeën naar edele materie.

Een idee is een begin. Het krijgt waarde door wat je ermee doet.



De grondstof

De visie van een ondernemer. Vakkennis. Een aanbod. Een ambitie die nog geen duidelijke vorm heeft. Dat is de materie waarmee we werken.

De transformatie

We onderzoeken, scherpen aan en verbinden. Strategie geeft richting. Ontwerp geeft karakter. Technologie maakt het bruikbaar.

Wat ontstaat

Een herkenbaar merk. Een digitale ervaring die klopt. Een stevig vertrekpunt om verder te groeien. Ruwe ambitie, zorgvuldig gevormd.

Het beeld van alchemie is een creatieve metafoor voor dit proces: potentieel verfijnen tot iets waardevols. Geen letterlijke historische herkomstclaim.

Gemaakt om ertoe te doen.

Edele materie.



Elk sterk merk begint met grondstof. Een idee dat blijft hangen. Kennis die jarenlang is opgebouwd. De ambitie om iets beter te doen.

Noble Matter geeft die grondstof haar sterkste vorm. We verbinden strategie, ontwerp en technologie om van ruwe ideeën een herkenbaar merk en een overtuigende digitale ervaring te maken. Daar zit de eerste laag van onze naam: edele materie. Iets waardevols, met aandacht gemaakt.

De tweede laag zit in to matter: ertoe doen. Want een identiteit krijgt betekenis wanneer mensen haar herkennen. Een website wanneer ze je verhaal helder maakt. Een digitaal product wanneer het de manier waarop iemand werkt verbetert.

Noble staat voor de kwaliteit en overtuiging waarmee we dat werk aanpakken. Matter voor wat we maken, en waarom het ertoe doet.

Dat is Noble Matter. We geven vorm aan wat ertoe doet.

Een scherpe plaats in de markt.

Noble Matter is een Brand & Digital Studio in Antwerpen voor ondernemingen die hun merk en digitale werking naar een volgende fase willen brengen.

Voor wie

Voor ondernemers en beslissers met een duidelijke ambitie, een inhoudelijk sterke onderneming en de bereidheid om in een degelijk traject te investeren.

De selectie draait om de opdracht, betrokkenheid en kwaliteit van samenwerking. Een sectorlabel bepaalt niet automatisch of een project past.

Wat we verbinden

Merkstrategie en identiteit. Websites, applicaties en digitale platformen. Vindbaarheid, campagnes en doorontwikkeling.

De positionering laat zowel een merktraject als een complexe digitale opdracht toe. Het aanbod wordt concreet gemaakt per project.

Hoe premium zichtbaar wordt

Door sterke keuzes, verzorgd werk, heldere scope en aantoonbare verantwoordelijkheid.

Laat projectinhoud, proces en afwerking het niveau tonen. Presenteer ervaring via de daadwerkelijk uitgevoerde opdracht en benoem de eigen bijdrage.

Zakelijke ambitie: grotere opdrachten en hogere projectwaarde. Dit is een richting voor de onderneming, geen bewezen effect van de rebranding.

Eén studio. Drie expertises.

01

Merk

Positionering en merkstrategie
Naamgeving en merkverhaal
Identiteit en logodesign
Copy en merktoepassingen

Van wat je bijzonder maakt naar een herkenbare identiteit.

02

Digitaal

Websites en webshops
Webapplicaties en apps
Digitale platformen
UX, interfaces en ontwikkeling

Van een bedrijfsdoel naar een ervaring die mensen kunnen gebruiken.

03

Groei

SEO en AI-vindbaarheid
Campagnes en content
Analyse en conversie
Doorontwikkeling

Van een eerste lancering naar gericht leren en verbeteren.

Externe descriptor: Brand & Digital Studio. Toelichting: merkstrategie, branding, websites, applicaties en digitale groei.

Waar we op sturen.

01 **Eerst begrijpen.**

Onderzoek doel, doelgroep en context. Formuleer de richting voordat de uitwerking begint.

02 **Elke keuze heeft een reden.**

Leg uit waarom een vorm, functie of boodschap bij de opdracht past.

03 **Het moet werken in gebruik.**

Beoordeel een identiteit in toepassingen en een digitaal product in echte gebruikersroutes.

04 **Afwerking is onderdeel van het werk.**

Controleer details, leesbaarheid, gedrag en overdracht. Ook buiten de presentatie.

05 **Verbeteren vraagt bewijs.**

Leg vast wat is opgeleverd en wat is gemeten. Koppel cijfers aan hun bron en periode.

Zelfverzekerd. Helder. Menselijk.

We praten als een betrokken specialist. We maken het werk begrijpelijk en leggen uit welke keuzes ertoe doen.

Direct	Begin met het doel, de uitkomst of de relevante keuze.	“We brengen je aanbod terug tot een heldere merkstructuur.”
Precies	Noem het werk dat de klant kan laten doen.	“Een nieuwe identiteit, website en set verkoopmiddelen.”
Betrokken	Spreek de klant aan met je. Gebruik we voor de studio.	“We bepalen samen wat je merk moet mogelijk maken.”
Onderbouwd	Toon de verantwoordelijkheid en het bewijs bij een claim.	“Deze case toont de identiteit en toepassingen die we ontwikkelden.”

Vermijd lege superlatieven, opvulzinnen en vage groeibeloftes. Gebruik geen em dashes. Houd de toon ook bij feedback rustig en concreet.

Zeg waar klanten voor kunnen komen. Sterke merken. Websites die overtuigen.

Brand & Digital Studio

Gebruik de hoofdboodschap bij een eerste kennismaking: op de website, in een merkinleiding of op de cover van een presentatie. De begeleidende tekst maakt het bredere aanbod concreet.

HOOFDBOODSCHAP

Sterke merken. Websites die overtuigen.

TOELICHTING

Digitale producten, SEO en campagnes.

SIGNATUUR

Noble Matter.
Brand & Digital Studio

De naamverklaring staat in het merkverhaal. Bij het logo volstaan de naam en de descriptor. Engelse hoofdboodschap: “Brands with character. Websites that convince.” Gebruik die bij een Engelstalige doelgroep.

Copy die meteen bruikbaar is.

KORTE INTRODUCTIE

Noble Matter ontwikkelt merkidentiteiten, websites en digitale producten. We verbinden ontwerp en technologie met SEO en campagnes.

UITGEBREIDE INTRODUCTIE

Een merkidentiteit en een website worden samen sterker wanneer ze vanuit dezelfde richting zijn ontwikkeld. Noble Matter verbindt merkstrategie, ontwerp en digitale ontwikkeling. We maken je aanbod herkenbaar en begrijpelijk, en werken verder aan de vindbaarheid met SEO en campagnes.

GESPREKSOPENING

Vertel ons wat je met je bedrijf wil bereiken. We bekijken welke richting, identiteit of digitale oplossing die volgende stap kan ondersteunen.

ACTIES

Bespreek je project. / Bekijk het werk. / Ontdek de aanpak. / Bekijk de case.

Gebruik de merkzin niet als enige uitleg in een advertentie, zoekresultaat of eerste kennismaking. Voeg een concrete beschrijving van de dienst toe.

Zo klinkt het verschil.

TE VAAG

“Wij tillen jouw business naar een ongekend niveau.”

“Dé nummer één voor gegarandeerde groei.”

“Een team van experts staat voor je klaar.”

“AI-proof, future-proof en cutting-edge.”

CONCREET EN BRUIKBAAR

“We ontwikkelen een merk en website die passen bij je volgende bedrijfsfase.”

Benoem wat we doen.

“We verbeteren je vindbaarheid en volgen aanvragen op met afgesproken metingen.”

Maak de aanpak concreet.

“Je werkt rechtstreeks met Thierry, die de creatieve en digitale richting bewaakt.”

Vertel hoe de samenwerking werkt.

“Een website met heldere inhoud, bruikbare navigatie en een basis die we kunnen doorontwikkelen.”

Vertaal techniek naar betekenis.

Aanvullende specialisten worden alleen genoemd wanneer ze daadwerkelijk deel uitmaken van de opdracht. Gebruik geen verzonnen team, kantoor, prijs of resultaat.

De overgang naar Noble Matter.



Een volgend hoofdstuk.

Creative Hero wordt Noble Matter.

Een nieuwe naam voor het werk dat we doen en de richting waarin we verder bouwen. Merkstrategie, branding, websites, applicaties en digitale groei komen samen in één studio.

Noble Matter draagt een dubbel verhaal. Edele materie: ruwe ideeën die we met strategie, ontwerp en technologie tot iets waardevols vormen. En to matter: werk maken dat ertoe doet voor de onderneming en de mensen die het gebruiken.

Die gedachte loopt door alles wat we maken. Van de eerste richting tot de laatste toepassing.

Welkom bij Noble Matter. We geven vorm aan wat ertoe doet.

Lanceringstekst. Pas publicatiedatum, bereikbaarheid en eventuele praktische veranderingen aan de werkelijke overgang aan. Gebruik “voorheen Creative Hero” zolang die herkenning klanten helpt.

Twée tekens. Eén identiteit.



Het woordmerk maakt de naam herkenbaar. Het Verweven NM geeft de studio een zelfstandig teken. Ze hebben elk een eigen rol en worden gebruikt als vaste, goedgekeurde vormen.

Het woordmerk en de punt.

NOBLE MATTER.



Karakter

Compacte, krachtige letters met een eigen, licht organisch ritme. De productiecontouren zijn gebaseerd op een bestaande bewerking van Lilita One.

De punt

De punt sluit de naam af. In deze identiteit staat ze voor een duidelijke keuze en een afgewerkt geheel. Ze is een vast onderdeel van het woordmerk.

Gebruik

Plaats het aangeleverde vectorbestand. Typ het logo niet opnieuw. Verander de letters, onderlinge afstand of punt niet.

In lopende tekst schrijven we Noble Matter. Midden in een zin hoeft er geen extra merkpunt te staan. Het beeldmerk en officiële woordmerk blijven altijd ongewijzigd.

Verweven, en toch leesbaar.



N + M

De twee initialen blijven aanwezig in één verweven vorm. De openingen op de kruisingen maken de volgorde van de lijnen zichtbaar.

De betekenis

Het teken verbeeldt samenhang: inhoud en vorm, merk en digitale ervaring, denken en maken. Dit is de ontwerpbetekenis binnen de identiteit.

Het eigen karakter

Het monogram is apart getekend. Het hoeft geen lettertypekopie te zijn van het woordmerk. Samenhang ontstaat door gewicht, proportie, kleur en vaste opstelling.

Duo op petrol: N in krijt, M in citrien. De kleur helpt beide letters volgen. Ook in één kleur blijven de uitsparingen behouden.

Vijf vaste opstellingen.

The wordmark consists of the words "NOBLE MATTER." in a bold, dark teal, sans-serif typeface.

Woordmerk

The wordmark is stacked in two lines, with "NOBLE" on top and "MATTER." on the bottom, both in the same bold, dark teal, sans-serif font.

Woordmerk gestapeld



Verweven NM

The logo combines the stylized "NM" monogram with the wordmark. The "NM" is in a dark teal color, followed by the words "NOBLE MATTER." in the same bold, dark teal, sans-serif font.

Combinatie horizontaal

The logo features the stylized "NM" monogram in a dark teal color, stacked above the words "NOBLE MATTER." in the same bold, dark teal, sans-serif font.

Combinatie gestapeld

Eén systeem.
Vaste vormen.

Gebruik de versie die bij het beschikbare vlak past. De combinaties hebben vaste verhoudingen. Zet de losse onderdelen niet opnieuw naast elkaar.

Vrije ruimte is deel van het logo.

H is de zichtbare hoogte van het genoemde referentie-element, zonder de technische exportmarge. Meet vrije ruimte tot tekst, beeld, een rand of een tweede logo.



Woordmerk	$x = 0,25 \times \text{woordmerkhoogte}$
Gestapeld woordmerk	$x = 0,25 \times \text{totale woordmerkhoogte}$
Monogram	$x = 0,25 \times \text{monogramhoogte}$
Horizontale combinatie	$x = 0,25 \times \text{woordmerkhoogte}$
Gestapelde combinatie	$x = 0,25 \times \text{monogramhoogte}$

Horizontale verhouding: woordmerkhoogte 100, monogramhoogte 140, tussenruimte 50. Gebruik altijd het combinatiebestand. De vrije ruimte staat buiten het volledige logo.

Klein, zonder te verdwijnen.

Dit zijn interne startmaten voor normale toepassingen. Meet de zichtbare breedte. Controleer op het uiteindelijke apparaat of materiaal en vergroot wanneer details dichtlopen.

OPSTELLING	DIGITAAL	DRUKWERK
Woordmerk	160 px	35 mm
Woordmerk gestapeld	110 px	24 mm
Verweven NM	48 px	12 mm
Combinatie horizontaal	320 px	64 mm
Combinatie gestapeld	180 px	38 mm

Faviconuitzondering: gebruik de aparte 16-32 px bestanden. Op die maat werkt vooral het silhouet. Gebruik het favicon niet als klein druklogo, avatarbron of basis voor borduurwerk.

De juiste versie op de juiste kleur.



Duo op petrol



Petrol op krijt



Petrol op citrien



Zwart op wit

Voorkeur: duo op petrol, petrol op krijt of citrien. Op wit kan petrol of zwart. Gebruik wit of krijt op een voldoende donkere ondergrond. Duo is bedoeld voor petrol; wissel N en M niet van kleur.

De vorm blijft intact.

✕

NOBLE MATTER.

Niet uitrekken of samendrukken.

✕

NOBLE MATTER.

Niet draaien of schuintrekken.

✕

NOBLE MATTER.

Geen schaduw, gloed of verloop.

✕

NOBLE MATTER.

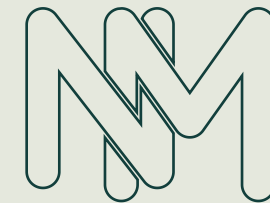
Geen nieuwe kleurverdeling.

✕

NOBLE MATTER

Geen punt of kruising weglaten.

✕



Geen contourversie namaken.

Het volledige logo blijft binnen het vlak. Vrije grafische lijnen mogen wel aflopen. Gebruik een rustig kleurvlak als een foto te druk is voor een helder logo.

Samen met andere merken.

NOBLE MATTER.

Partner

EIGEN LOGO VAN DE PARTNER

Noble Matter krijgt een eigen, rustige plek naast het merk van een klant of partner. Bewaak vergelijkbaar optisch gewicht, respecteer beide vrije ruimtes en gebruik eventueel een dunne scheidingslijn.

Casepresentatie

De klantidentiteit staat centraal. Noble Matter ondertekent kleiner in een aparte zone.

Gezamenlijk project

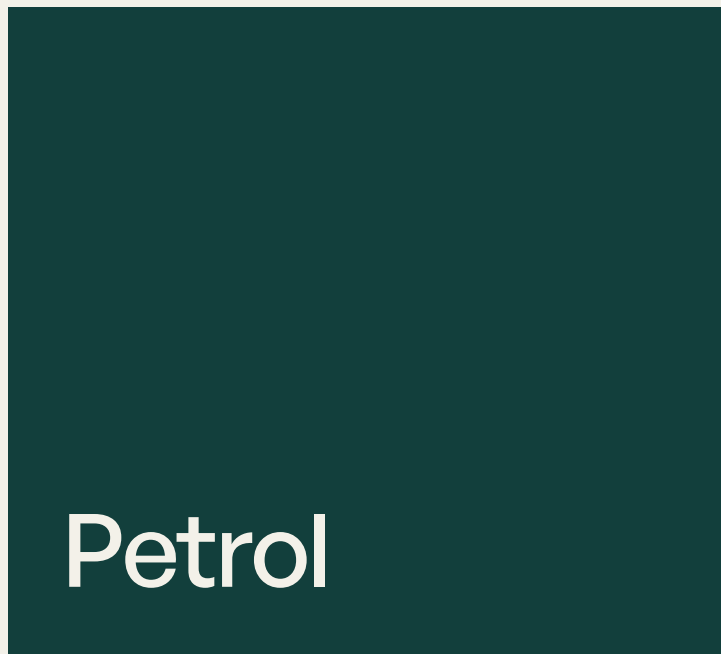
Toon beide logo's op vergelijkbare visuele schaal. Benoem de rol van iedere partij in tekst.

Profiel en favicon

Gebruik het Verweven NM zelfstandig. De kant-en-klare profielbestanden hebben ruimte voor een ronde uitsnede.

Plaats de tagline apart van het logo, op minimaal de geldende vrije ruimte. Maak geen nieuwe vaste logo-opstelling met slogan, klantnaam of dienstnaam.

Diepte. Energie. Ademruimte.

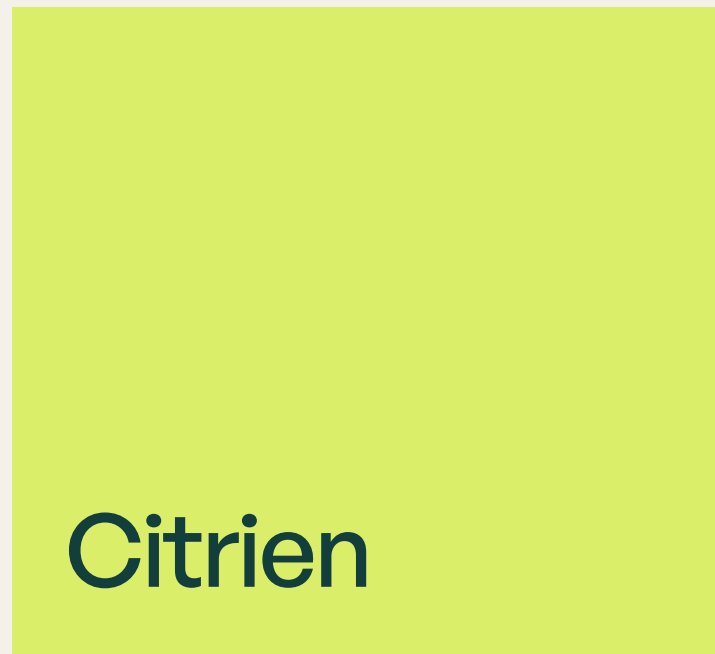


Petrol

#123F3C

RGB 18 / 63 / 60

CMYK 78,4 / 36,9 / 48,2 / 63,9



Citrien

#DBEE69

RGB 219 / 238 / 105

CMYK 19,2 / 0,0 / 71,0 / 0,0

Krijt

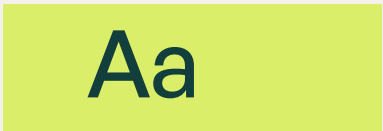
#F3F1E9

RGB 243 / 241 / 233

CMYK 5,1 / 4,3 / 8,2 / 0,0

Petrol draagt het merk. Citrien brengt nadruk en energie. Krijt geeft ruimte aan inhoud. Dit zijn creatieve rollen binnen Noble Matter, geen universele psychologische claims.

Contrast bepaalt de combinatie.

	Krijt / petrol	10,31:1	AA gewone tekst
	Citrien / petrol	9,13:1	AA gewone tekst
	Petrol / krijt	10,31:1	AA gewone tekst
	Petrol / citrien	9,13:1	AA gewone tekst
	Citrien / krijt	1,13:1	Alleen decoratief

Voor tekst zijn petrol op krijt, krijt op petrol en petrol op citrien de vaste combinaties. Gebruik citrien op krijt alleen als decoratie, niet als informatiedrager.

Berekend uit de ondoorzichtige sRGB-kleuren volgens de WCAG-formule. AA vraagt minimaal 4,5:1 voor gewone tekst en 3:1 voor grote tekst. [3] De kleurcontrole is geen volledige toegankelijkheidsaudit.

Kleur in drukwerk.

De bestaande logo-export gebruikt PSO Coated v3 (ECI), gebaseerd op FOGRA51, voor premium gestreken papier. [4]

Vaste digitale referentie

Petrol #123F3C
Citrien #DBEE69
Krijt #F3F1E9

Bewaar sRGB voor websites, socialmedia en digitale documenten. De hexwaarden zijn de digitale kleurreferentie.

Productie in CMYK

Gebruik de CMYK-logo's uit het pakket wanneer het gekozen drukproces daarbij past. Het kleurprofiel is meegestuurd.

100% K is de zwartvariant. CMYK-wit is een uitsparing in het papier en geen witte inkt.

Materiaal en afwerking

Stem ongestreken papier, folie, textiel, gevelmateriaal en eventuele steunkleuren af op de leverancier. Een schermkleur bepaalt geen Pantone- of RAL-code.

Maak een proef op het echte materiaal. Laat kleine openingen bij reliëf, snijden en borduren apart beoordelen.

De fotomockups tonen een afwerkingsrichting. Ze zijn geen kleurproef of certificaat van drukgeschiktheid. Gebruik de exacte kleurwaarden uit het logopakket; rond niet opnieuw op gevoel af.

General Sans. Eén vaste stem.

Aa

General Sans draagt de volledige communicatie. [5] Medium geeft titels een rustige stevigheid; Regular houdt lopende tekst leesbaar. De ronde leestekens sluiten aan bij de punt en de bollen. Dit is onze ontwerpkeuze, geen universele betekenis van de lettervormen.

General Sans

Regular 400 / Medium 500 / Semibold 600

Vaste gewichten

Regular 400 voor bodytekst. Medium 500 voor titels, navigatie en labels. Semibold 600 voor korte nadruk. Geen apart lettertype voor één woord in een titel.

Relatie met het logo

Het woordmerk en Verweven NM blijven de vaste vectorbeelden. General Sans ondersteunt de identiteit en wordt nooit gebruikt om het logo opnieuw te typen.

Eigen gebruik en overdracht

Gratis commercieel gebruik en self-hosting onder ITF FFL. Externe ontwerpers en drukkers downloaden zelf hun fontbestanden bij Fontshare. Geen fontbestanden doorgeven. [6]

General Sans is op 14 september 2026 door Thierry goedgekeurd. Voor e-mail en Office zonder fontinstallatie is Arial de praktische terugval. Een e-mailhandtekening kan General Sans niet overal afdwingen.

Vaste gewichten. Heldere hiërarchie.

GEBRUIK	FAMILIE / GEWICHT	DESKTOP / MOBIEL	REGELHOOGTE
H1 / merkopening	General Sans Medium 500	80-124 / 41-66 px	1,0-1,08
H2 / sectie	General Sans Medium 500	34-52 / 32-40 px	1,08-1,15
H3 / subkop	General Sans Medium 500	23-28 / 22-26 px	1,25
Body / lopende tekst	General Sans Regular 400	18-20 / 17-18 px	1,5-1,6
Label / navigatie	General Sans Medium 500	14-16 / 13-14 px	1,45
Korte nadruk	General Sans Semibold 600	In de maat van de tekst	Als de basis

Titels: circa –0,025 tot –0,04 em spatiëring. Body: normale spatiëring en circa 50-70 tekens per regel. Breek op betekenis. General Sans heeft proportionele cijfers: bedragen rechts uitlijnen, geen tabulaire cijfers veronderstellen.

Printbody: richtmaat 10,5-11,5 pt met 14,5-16 pt interlinie. Bijschriften minimaal circa 8,5 pt. Een kaart vraagt controle op het werkelijke formaat. Zaalpresentaties: body vanaf 24 pt. Dit zijn huisrichtmaten, geen universele leesbaarheidsnormen.

Ruimte geeft richting.



Werk met een helder raster en duidelijke ankerpunten. Titel, body, beeld en ondertekening volgen dezelfde uitlijning. Witruimte krijgt een functie: inhoud groeperen, aandacht sturen en rust bewaren.

Web

12 kolommen desktop, 4 mobiel. Richtlijn: maximaal 1440 px inhoud, 48-80 px buitenmarge desktop en 24 px mobiel.

Social

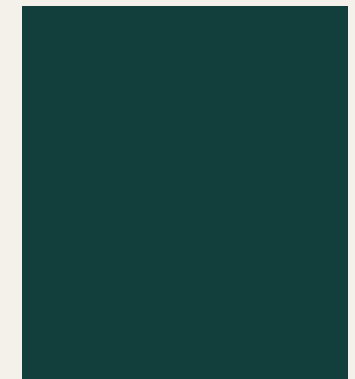
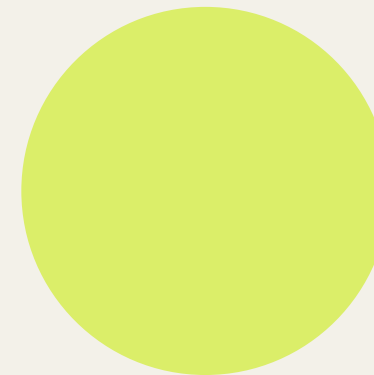
4 kolommen. Post 1080 × 1350 px, buitenmarge 80 px. Story 1080 × 1920 px: houd kerninhoud voorlopig binnen x 80-1000 en y 250-1640; controleer de platformweergave.

Document

A4: doorgaans 18-22 mm buitenmarge. Gebruik dezelfde startlijn voor logo, titel en body. Een doorlooppagina is soberder dan de cover.

Spacingstappen voor digitaal werk: 8, 16, 24, 32, 48, 64, 96 en 128 px. Interne ontwerprichtlijnen, geen vaste afmetingen voor elk medium.

Een punt. Een kader. Een duidelijke keuze.



Het kader

Twee tegenoverliggende hoeken markeren een beeld of tekst. Rechte lijnen, gelijke dikte en vaste verhoudingen. Plaats de hoeken op het raster van de compositie.

De punt

Een vaste cirkel markeert een keuze of eindpunt. De verwijzing zit in de punt achter Matter. Gebruik de punt klein naast informatie of als één uitgesproken accent.

De inhoud

Een projectbeeld, het woordmerk of een heldere zin draagt de compositie. Een kader heeft een onderwerp. Laat ruimte vrij wanneer een extra vorm niets toevoegt.

Kader: hoeklengte circa 20-25% van de kortste zijde, lijndikte circa 2-3%. Het is een grafisch hulpmiddel, geen extra logo. De vrije golf behoort niet tot deze editie. Het NM blijft intact.

Werk laten zien zoals het bedoeld is.

Een project verdient beelden die de inhoud en afwerking zichtbaar maken. Gebruik een afwisseling van overzicht, context en detail.

Projectbeeld

Gebruik de echte identiteit, het echte scherm of de echte toepassing. Toon een heldere hoofdcompositie en daarna details die iets uitleggen.

Beperk decoratieve apparaten. Een telefoon is nuttig wanneer de mobiele ervaring de boodschap draagt.

Materiaal en fotografie

Zacht gericht licht, geloofwaardige schaduwen en herkenbare materialen. Houd de omgeving rustig. Combineer matte vlakken met een zorgvuldig gekozen tactiel detail.

De kleur van een klantproject blijft intact.

Mensen en proces

Toon echte betrokkenen, werkmateriaal en de werkplek wanneer die relevant zijn. Geef het beeld context in een korte caption.

AI-beeld kan conceptueel merkbeeld ondersteunen. Gebruik het niet als bewijs van een echte klant, medewerker, werkplek of resultaat.

Een mockup toont een toepassing. Vermeld “ontwerpvizualisatie” wanneer het geen geproduceerd of gefotografeerd werk is. Bewaar het ontwerpbestand en de herkomst van het beeld.

Beweging die ergens naartoe werkt.

A dark teal rectangular frame containing the text "Sterke merken." in a white, bold, sans-serif font.

00-03 s / Merk

“Sterke merken.” verschijnt binnen twee strakke hoeken.

A dark teal rectangular frame containing the text "Websites die overtuigen." in a white, bold, sans-serif font. Yellow L-shaped brackets are positioned at the top-left and bottom-right corners of the frame.

03-06 s / Website

Het kader opent horizontaal. “Websites die overtuigen.” neemt het vlak over.

A dark teal rectangular frame containing the text "SEO & campagnes" in a yellow, bold, sans-serif font.

06-10 s / Verder bouwen

SEO & campagnes. Digitale producten. De diensten verschijnen één voor één op dezelfde lijn.

A dark teal rectangular frame containing the Noble Matter logo, which consists of a stylized 'NM' in yellow and white, followed by the text "NOBLE MATTER." in a white, bold, sans-serif font.

10-14 s / Signatuur

De punt landt. Het volledige logo blijft rustig leesbaar staan.

Een merkfilm zonder klantmockups. Gebruik rechte verplaatsingen, maskers en een beheerste landing. Eindframe: het volledige woordmerk met Brand & Digital Studio. De boodschap blijft ook zonder beweging begrijpelijk.

Beweging met controle.

De beweging voelt precies en soepel. Houd één visuele hoofdactie tegelijk in beeld.

Tempo

Interactie: 180-240 ms.
Korte overgang: 400-700 ms.
Kaderovergang: 900-1200 ms.

Startcurve voor UI: cubic-bezier(0.22, 1, 0.36, 1). Laat elementen precies landen, zonder elastisch naschudden.

Leesbaarheid

Laat korte teksten minimaal circa twee seconden staan; geef langere zinnen extra leestijd.

De pijl op een knop beweegt 3-5 px schuin naar boven bij hover. De klikzone en labelpositie blijven stabiel.

Toegankelijk gebruik

Respecteer de systeemvoorkeur voor minder beweging. Toon een stil eindbeeld zonder scroll- of parallaxeffect.

Geef automatisch bewegende inhoud die langer dan vijf seconden naast andere inhoud loopt een bediening om te pauzeren of stoppen. [7] Geen automatisch geluid.

Ondertitel gesproken video. Zorg dat expertise en contactactie ook als gewone tekst beschikbaar zijn. De richttijden zijn ontwerpinstellingen, geen garantie op begrijpelijkheid voor elke film.

De identiteit in de hand.



VISITEKAARTEN / PETROL EN CITRIEN / ONTWERPVISUALISATIE

Een sterke signatuur op de voorzijde. Persoonlijke informatie op de achterzijde. De kaart brengt herkenning en bruikbaarheid samen.

ONTWERPPROEF. Deze toepassing wordt in de volgende ontwerpronde herwerkt.

Visitekaart, van ontwerp naar druk.



Opbouw

Formaat 85 × 55 mm. Circa 7 mm tekstmarge. Het woordmerk staat circa 70 mm breed op de voorzijde. Contacttekst is in deze master circa 8 pt; controleer een proef op ware grootte.

Materiaalrichting

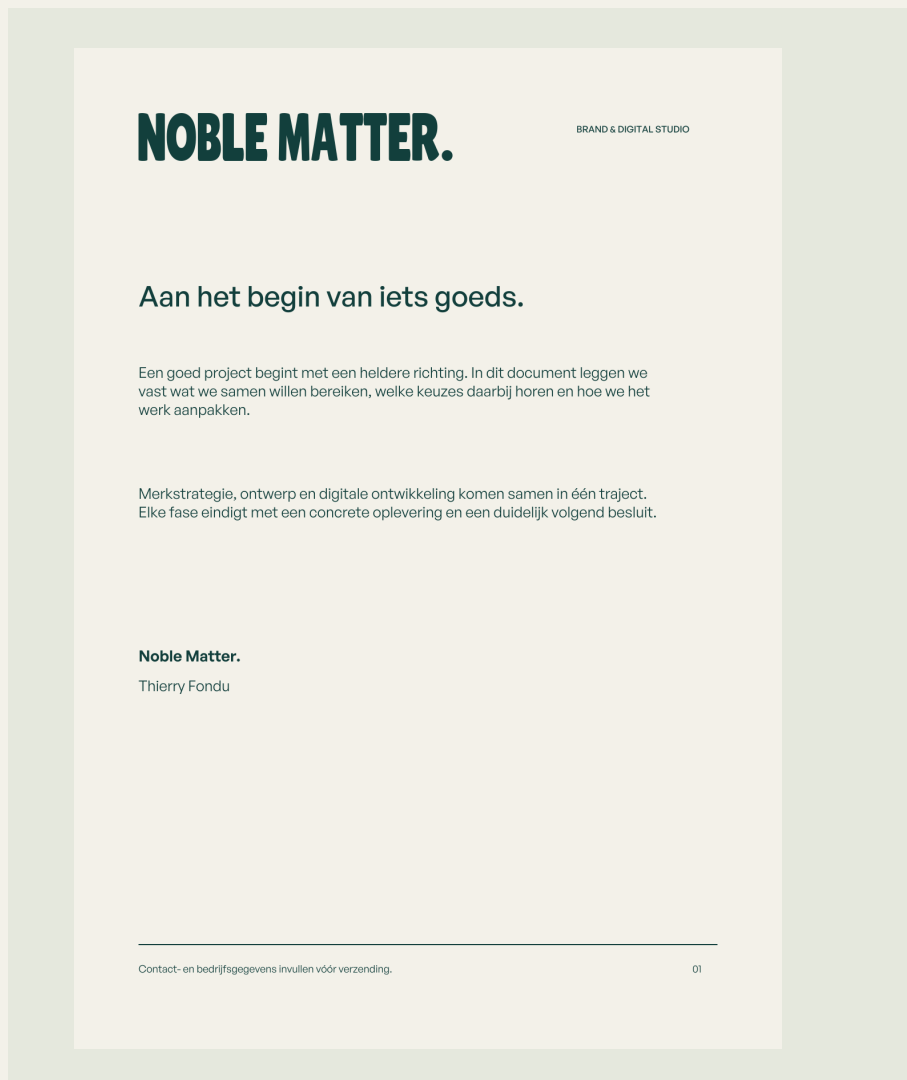
Een stevige matte kaart, bijvoorbeeld 400–600 g/m². Petrol voor de signatuur, citrien voor de contactzijde. Dikte, kleuropbouw en bedrukbaarheid afstemmen met de leverancier.

Productie

Voorstel: 3 mm afloop rondom, definitief te bevestigen met de drukker. Nieuwe contactgegevens pas invoeren zodra ze werken. Controleer kleuromzetting en leesbaarheid op een proef.

ONTWERPPROEF. Deze toepassing wordt in de volgende ontwerpronde herwerkt. De SVG's zijn vlakke ontwerpmasters in RGB, zonder afloop. De foto is een mockup. Maak de definitieve drukopmaak voor de gekozen leverancier.

Correspondentie met rust.



Een A4-brief heeft ruimte voor inhoud. Het logo staat bovenaan; de afzender- en bedrijfsgegevens krijgen een vaste zone onderaan.

Eerste pagina

Logo linksboven. Datum en referentie in een rustige kopzone. Tekstbreedte circa 165-175 mm, body 10,5-12 pt en regelafstand 1,4-1,5.

Doorlooppagina

Klein woordmerk of tekstuele afzender, documenttitel en paginanummer. Herhaal geen grote merkopening.

Zakelijk gebruik

Vul de juiste juridische bedrijfsnaam, ondernemingsgegevens, contactgegevens en relevante documentreferenties in. De merknaam vervangt de formele identiteit niet automatisch.

ONTWERPPROEF. Deze toepassing wordt in de volgende ontwerpronde herwerkt. Het meegestuurde A4-ontwerp is een opmaakvoorbeeld. Voor veel kantoorprint kan de achtergrond wit worden gehouden en het logo petrol.

De e-mailhandtekening.

NOBLE MATTER.

Thierry Fondu

Creatieve & digitale richting

info@creativehero.be

+32 471 92 00 32

Bespreek je project ↗

Kies een rustige tabelopbouw met echte tekst voor naam en contactgegevens. Een compact PNG-logo ondersteunt de afzender.

Hiërarchie

General Sans voor de merkopmaak. In echte e-mail: Arial Bold 15-16 px voor de naam, Arial 13-14 px voor contacttekst. Woordmerk circa 180-220 px breed. Geen hele handtekening als afbeelding.

Links

Maak telefoon en e-mail aanklikbaar. Voeg alleen actieve website- en sociallinks toe. Gebruik hooguit één relevante actie, zoals “Bespreek je project”.

Controle

Test verzending en ontvangst met afbeeldingen aan en uit, licht en donker uiterlijk, desktop en mobiel. De voorbeelden in deze gids zijn een ontwerp, geen uitgevoerde mailclienttest.

ONTWERPPROEF. Deze toepassing wordt in de volgende ontwerpronde herwerkt. Overgangsvoorbeeld met bestaande gegevens: info@creativehero.be / +32 471 92 00 32. Bron: huidige contactpagina, geraadpleegd op 14 september 2026. [9]

Digitaal krijgt het merk ruimte.



WEBSITE / TYPOGRAFIE EN COMPOSITIE / ONTWERPVISUALISATIE

De eerste boodschap benoemt het werk: merkidentiteiten en websites. De toelichting maakt digitale producten, SEO en campagnes zichtbaar. Een strak kader bundelt het visuele accent.

ONTWERPPROEF. Deze toepassing wordt in de volgende ontwerpronde herwerkt.

Ook op een klein scherm.



Op mobiel krijgt de volledige naam voorrang. De inhoud staat in één leesbare kolom en de contactactie blijft gemakkelijk te vinden.

Header

Gebruik het woordmerk op minimaal 160 px. Toon het losse NM alleen wanneer de volledige naam elders meteen duidelijk is.

Interactie

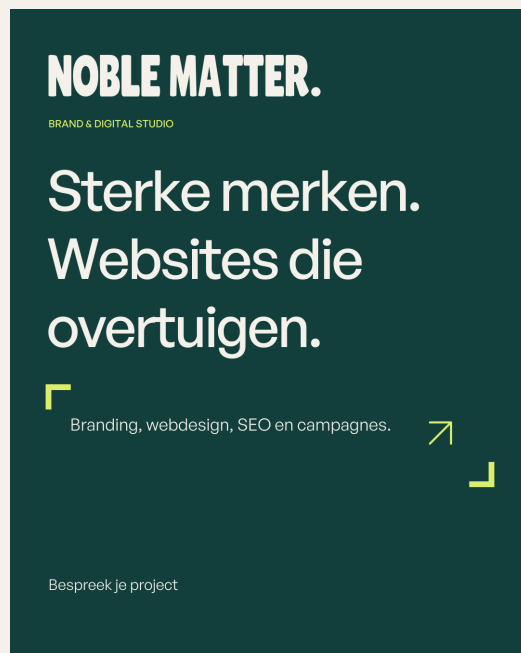
Ontwerp royale bediening, als huisrichtlijn minimaal 44 × 44 px. Houd contrast, focusweergave en de toetsenbordroute zichtbaar.

Inhoud

Houd hoofdboodschap, diensten en contactactie als echte HTML-tekst beschikbaar. Het kader ondersteunt de compositie; de informatie blijft ook zonder animatie leesbaar.

ONTWERPPROEF. Deze toepassing wordt in de volgende ontwerpronde herwerkt. De schermen in deze gids tonen toepassing van de identiteit. Ze vormen geen afgeronde website of bewijs van live functionaliteit.

Een herkenbare socialreeks.



NOBLE MATTER.
PERSPECTIEF / 01

Eerst de
richting.
Dan de
uitwerking.

Wat moet je merk mogelijk maken?

NOBLE MATTER.
PERSPECTIEF / 01

Eerst de
richting.
Dan de
uitwerking.

Wat moet je merk mogelijk maken?

Gebruik drie inhoudelijke families: merk, project en expertise. Een inhoudelijke boodschap bepaalt het format. Elke post krijgt een passende storyversie.

Merk

Een duidelijke uitspraak over het werk, met de naam als afzender. Gebruik typografie en één kader of punt als visueel accent.

Project

Groot projectbeeld, klantnaam, eigen bijdrage en een duidelijke verwijzing naar de volledige case.

Expertise

Eén afgebakend inzicht, een concrete keuze of een stap uit het proces. Laat het ontwerp ruimte geven aan de uitleg.

ONTWERPPROEF. Deze toepassing wordt in de volgende ontwerpronde herwerkt. Masters: 1080 × 1350 px post en 1080 × 1920 px story. Bekijk de uitsnede en zichtbare bediening in het platform vóór publicatie. Vermijd een raster vol identieke logo-tegels.

Socialcopy en carrousel.

Merkpost

Sterke merken. Websites die overtuigen.

Een merkidentiteit en een website horen bij elkaar. Noble Matter ontwikkelt beide vanuit dezelfde richting. Met SEO en campagnes bouwen we verder na de lancering.

Bespreek je project.

Expertisepost

Eerst de richting. Dan de uitwerking.

Wie moet je merk bereiken? Wat moet iemand begrijpen? Welke volgende stap wil je mogelijk maken? Die keuzes geven richting aan de identiteit, de website en de communicatie.

Bekijk onze aanpak.

Carrouselstructuur

01 / Aanleiding of kernvraag

02 / De belangrijke keuze

03 / Het ontwerp in gebruik

04 / Wat het oplevert of oplost

05 / Samenvatting en volgende stap

ONTWERPPROEF. Deze toepassing wordt in de volgende ontwerpronde herwerkt. Gebruik een resultaat alleen wanneer het is onderbouwd. Een project zonder effectmeting kan het ontwerp, de opgeleverde functies en de gemaakte keuzes laten zien.

Een presentatie met ritme.



NOBLE MATTER.

Van richting naar resultaat.



Elke fase eindigt met een concrete oplevering.

Een presentatie wisselt merk, bewijs en beslissingen af. Grote titels leiden de inhoud. Projectbeelden krijgen volledige aandacht.

Kernopbouw

Aanleiding doel richting relevant werk
aanpak scope investering volgende stap.

Visueel ritme

Wissel een ruime openingsslide af met één groot beeld, een inhoudelijke vergelijking en een duidelijke faseopbouw. Vermijd elke slide dezelfde tekstkolommen.

Leesbaar presenteren

Ontwerp op 16:9. Gebruik weinig tekst per slide en een leesbare tekstmaat voor de zaal.
Detailinformatie hoort in de bijlage of het voorstel.

ONTWERPPROEF. Deze toepassing wordt in de volgende ontwerpronde herwerkt. De cover en aanpakslide zijn als SVG en PNG meegeleverd. Ze illustreren het systeem; dit is geen volledig klantspecifiek salesdeck.

Voorstellen en resultaten.

Projectvoorstel

DOEL SCOPE AANPAK INVESTERING

De huisstijl maakt zakelijke informatie overzichtelijk. In een voorstel en rapport heeft de inhoud voorrang op decoratie.

Voorstel

Vermeld doel, concrete opleveringen, scope, uitsluitingen, planning, verantwoordelijkheid, investering en besluitmomenten. Houd bedragen en voorwaarden goed leesbaar.

Resultaatrapport

Elke meting krijgt een label, bron, periode, vergelijking en zakelijke betekenis. Maak het verschil tussen bereik, bezoek, aanvragen en omzet expliciet.

Cijfers in de huisstijl

Petrol voor labels en tekst. Citrien voor één geselecteerde reeks, met tekstlabels en eenheden. General Sans heeft proportionele cijfers. Lijn bedragen rechts uit; schuif geen spaties tussen cijfers om kolommen na te maken.

ONTWERPPROEF. Deze toepassing wordt in de volgende ontwerpronde herwerkt. Een stijlgrafiek mag voorbeelddata bevatten als die duidelijk zo zijn gelabeld. Gebruik in openbare cases uitsluitend controleerbare cijfers met de juiste context.

Herkenning in de ruimte.



GEVELSIGNATUUR / CONCEPTTOEPASSING, GEEN BESTAANDE LOCATIE

Het monogram kan een compact herkenningspunt vormen. Combineer het met de naam wanneer een voorbijganger de studio nog niet kent.

ONTWERPPROEF. Deze toepassing wordt in de volgende ontwerpronde herwerkt.

Materiaal geeft een extra laag.



Reliëf en een alledaags studio-object laten zien hoe de identiteit buiten een scherm kan werken. Een afwerking volgt de leesbaarheid van het teken.

Reliëf

Gebruik het éénkleurige vectorbestand. Maak het logo ruim genoeg voor openingen en fijne details. Laat stempel, druk en materiaal samen beoordelen.

Objecten en textiel

Kies een rustige plaatsing en één hoofdsignatuur. Voor borduren, snijfolie of gravure kan een grotere maat nodig zijn. Verander de kruisingen niet zonder een apart goedgekeurde productievariant.

ONTWERPPROEF. Deze toepassing wordt in de volgende ontwerpronde herwerkt. Mockups zijn visualisaties. Geen bewijs dat de getoonde items al geproduceerd zijn. Kleuren en details verschillen per materiaal en productietechniek.

Een case bewijst wat we kunnen.

Een projectverhaal koppelt goed beeld aan duidelijke verantwoordelijkheid. Toon alleen de onderdelen die daadwerkelijk binnen de opdracht vallen.

01

Aanleiding

02

Opdracht

03

Keuzes

04

Toepassing

05

Resultaat

Het verhaal

Aanleiding opdracht onze rol
belangrijkste keuzes toepassingen
resultaat. Geef ook jaar, scope en eventuele
samenwerkingspartners mee.

De beeldselectie

Streef bij een uitgebreide case naar 6-10
relevante beelden: overzicht, logo, identiteit,
drukwerk, desktop, mobiel, details en
resultaat. De scope bepaalt de selectie.

De cijfers

Vermeld bron, periode, nulmeting,
vergelijkingsbasis en eenheid. Een
zoekpositie, PageSpeed-score en
omzetcijfer vertellen ieder iets anders. Trek
geen causaal verband zonder onderbouwing.

ONTWERPPROEF. Deze toepassing wordt in de volgende ontwerpronde herwerkt. Bonbon, Shato, Kollaborate en AB InBev worden alleen getoond met geverifieerde scope en bruikbare assets. Benoem eigen productontwikkeling wanneer dat van toepassing is. Deze gids introduceert geen nieuwe klantresultaten.

Vindbaar zonder de merkstem te verliezen.

De merktaal en de inhoudelijke dienstenpagina's ondersteunen elkaar. Een merkzin maakt nieuwsgierig; concrete tekst helpt een bezoeker begrijpen wat we doen.

Heldere termen

Benoem branding, webdesign, applicaties, SEO en AI-vindbaarheid waar ze inhoudelijk passen. Houd paginatitels en koppen beschrijvend.

Gebruik de bestaande keywordmap als startdocument. Laat actuele GSC- en Ubersuggest-data bepalen welke onderwerpen prioriteit krijgen.

Vindbare inhoud

Zet kerninformatie in leesbare, crawlbare tekst. Geef diensten en cases een eigen pagina, interne links en passende metadata.

Google beschrijft voor AI Overviews en AI Mode dezelfde SEO-basis en geen aparte aanvullende technische eisen. Vertoning is niet gegarandeerd. [8]

Een zorgvuldige overgang

Breng oude en nieuwe URL's in kaart. Richt passende permanente redirects in, controleer canonicals, sitemap en bedrijfsvermeldingen, en volg de overgang op. [10]

Een naamswijziging op een ontwerpblad is geen uitgevoerde SEO-migratie.

Het juiste bestand, op de juiste plek.

TOEPASSING	FORMAAT	GEBRUIK
Website en digitale vormgeving	SVG	Schaalbaar logo, zonder lettertypeafhankelijkheid.
Social, Office en presentaties	PNG	Transparante logo's; gebruik voldoende pixels.
Vaste achtergrond nodig	JPG	Een beeld met vast ingesloten kleurvlak.
Drukwerk	CMYK PDF / EPS	Gebruik de passende profielversie uit het logopakket.
Vormgeving aanpassen	SVG / vector-PDF	Logo's niet hertekenen; toepassingen kunnen worden aangepast.
Lettertypes installeren	Officiële download	General Sans bij Fontshare. Een externe partij haalt zelf een kopie; geen fontbestanden doorsturen.

Dit brandbook is een RGB-naslagdocument voor schermgebruik. Het bevat geen drukklare versies van alle toepassingen. De aangeleverde artwork-SVG's zijn bewerkbare RGB-ontwerpmasters.

Controle vóór het naar buiten gaat.

Identiteit

- Juiste logobestand en opstelling.
- Punt en kruisingen intact.
- Vrije ruimte en minimummaat toegepast.
- Kleurcombinatie en contrast gecontroleerd.

Uitvoering

- Werkelijk formaat bekeken.
- Mobiele uitsnede gecontroleerd.
- Bestand en kleurprofiel passend bij het medium.
- Bij motion: stille variant en bediening aanwezig.

Inhoud

- Eén duidelijke hoofdboodschap.
- Dienst, doelgroep en volgende stap begrijpelijk.
- Contactgegevens en links werken.
- Scope, claims en cijfers hebben een bron.

Overdracht

- Bestanden logisch benoemd.
- Licenties en bronnen bewaard.
- Versie en eigenaar duidelijk.
- Definitieve toepassing na export opnieuw geopend.

Thierry Fondu bewaakt het merk. Nieuwe logo-aanpassingen, kleuren of structurele varianten krijgen een nieuwe versie. Routineproductie volgt deze gids en de aangeleverde masters.

De basis op één blad.

Merk

Noble Matter. / Brand & Digital Studio
Sterke merken.
Websites die overtuigen.

Kleur

Petrol #123F3C
Citrien #DBEE69
Krijt #F3F1E9

Typografie

General Sans: Regular 400
Medium 500 / Semibold 600
Hele titels in dezelfde familie
Logo: de vaste vectorbestanden

Logo

Duo op petrol. Petrol op krijt of citrien.
Woordmerk vanaf 160 px, NM vanaf 48 px.
Geen wijziging aan punt of kruisingen.

Stem

Direct, precies, betrokken, onderbouwd.
Nederlands als basis. Engels per
doelgroep.
Echte scope en cijfers, heldere acties.

Gebruik

Typografie en inhoud dragen het beeld.
Strakke kaders en een vaste punt.
Gerichte beweging met een precieze
landing.

Bronnen en status.

- 1 **Matter / Cambridge Dictionary**
<https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/matter>
- 2 **Science History Institute / Fire and Gold: The Art of Alchemy**
<https://www.sciencehistory.org/visit/exhibitions/fire-and-gold-the-art-of-alchemy-1450-1850/>
- 3 **W3C / WCAG 2.2, Contrast (Minimum)**
<https://www.w3.org/WAI/WCAG22/Understanding/contrast-minimum.html>
- 4 **European Color Initiative / PSO Coated v3**
https://eci.org/lib/exe/psco-coated_v3.zip
- 5 **Indian Type Foundry / General Sans**
<https://www.fontshare.com/fonts/general-sans>
- 6 **Indian Type Foundry / ITF Free Font License 2.0**
<https://www.fontshare.com/licenses/itf-ffl>
- 7 **W3C / WCAG 2.2, Pause, Stop, Hide**
<https://www.w3.org/WAI/WCAG22/Understanding/pause-stop-hide.html>
- 8 **Google Search Central / AI features and your website**
<https://developers.google.com/search/docs/appearance/ai-features>
- 9 **Creative Hero / Contact**
<https://creativehero.be/contact/>
- 10 **Google Search Central / Site moves with URL changes**
<https://developers.google.com/search/docs/crawling-indexing/site-move-with-url-changes>
- 11 **Noble / Cambridge Dictionary**
<https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/noble?q=nobly>

Productiebasis: Noble Matter. Logo Pack v1, 14.09.2026. Naamverhaal: eigen merkcopy, geïnspireerd op het door Thierry gedeelde Google AI-gesprek. Alchemie is een metafoor voor transformatie. Technische huisrichtlijnen zijn werkafspraken. Broncontrole: 14 september 2026. Geen bewijs van merkregistratie of juridisch beschikbaarheidsonderzoek.