Ontwerp kookboek voor de Voedselbank Enschede

Universiteit Twente, opleiding Industrieel Ontwerpen
Opdracht uitgevoerd voor: Voedselbank Enschede

Sjoukje Schoustra, s0170658
20 juni 2011

Titelpagina

DIt rapport is bestemd voor:
Arthur Eger
Inge Stegeman
Tom Vaneker

Kenmerk:
UT/IO-20.06.11-4-BO-s0170658

Verantwoordelijke organisatie en uitgever:
Universiteit Twente
Opleiding Industrieel Ontwerpen
Postbus 217
7500 AE Enschede
tel. (053)4 89 91 11

In opdracht van:
Stichting Voedselbank Enschede
Hoge Bothofstraat 45
7511 ZA Enschede

Ontwerp kookboek voor de Voedselbank Enschede

S.M. Schoustra s0170658

20 juni 2011
Datum examen: 28 juni 2011

Oplage: 3
Aantal bladzijden (exclusief bijlagen): 47
Aantal bijlagen: 9

Dit rapport is geschreven in het kader van de Bacheloropdracht van de opleiding Industrieel Ontwerpen.

Samenvatting

Voor de Voedselbank Enschede is een kookboek ontworpen. Dit kookboek zal gevuld worden met recepten van Enschedese restaurants en bekende Enschedeërs. Ook zal er informatie in komen over de Voedselbank in Enschede. Het kookboek zal uitgedeeld worden aan de cliënten van de Voedselbank en zal ook verspreid worden in restaurants en tijdens evenementen, om de Voedselbank onder de aandacht te brengen. Er zijn dan drie doelgroepen: de cliënten, overige geïnteresseerden die het kookboek kunnen krijgen of kopen, maar ook de betrokken partijen die helpen bij de totstandkoming van het boek (bijvoorbeeld restaurants). Er is een marktonderzoek gedaan waarin drie vergelijkbare boeken bekeken zijn. Het ging hierbij om twee kookboeken en één overzichtsboek. Deze boeken konden als inspiratie dienen voor het kookboek voor de Voedselbank. Ook is er onderzocht welke stijl de Voedselbank toepast in haar (grafische) publicaties. Hieruit kwam naar voren dat er geen vaste vormgeving gebruikt wordt. Wel komt de kleur groen bijna altijd terug en ogen de publicaties allemaal rustig en simpel. Aan de hand van deze informatie en gesprekken met de vrijwilligers van de Voedselbank is er een lijst opgesteld met richtlijnen waaraan de vormgeving van het boek moet voldoen. Hier worden onder andere gebruik van de kleur groen en een strakke en simpele uitstraling genoemd. Het boek moet aantrekkelijk zijn voor een grote groep mensen dus de vormgeving mag niet al te uitgesproken zijn. Er is vervolgens een opzet gemaakt voor de opbouw van het boek. Hieruit kwam naar voren dat er drie typen pagina's gemaakt moesten worden: receptenpagina's met ruimte voor ingrediënten en een foto van het gerecht, pagina's met informatie over een restaurant of individu (bijvoorbeeld een interview) en pagina's met algemene informatie, bijvoorbeeld over de Voedselbank Enschede. Er zijn drie concepten gemaakt, met voor ieder concept drie typen dubbele voorbeeldpagina's. Deze concepten zijn vervolgens bekeken door vier vrijwilligers bij de Voedselbank. Aan hen is gevraagd om steekwoorden en positieve en negatieve punten te noemen bij ieder concept. Deze gegevens zijn verzameld in een tabel en hieruit kwam naar voren dat de meningen nogal verdeeld waren. Er is toen wel gekozen om één van de drie concepten te kiezen als uitgangspunt voor het eindconcept. Deze is vervolgens nog aangepast aan de hand van de opmerkingen van de vrijwilligers, om er een kookboek van te maken dat door zoveel mogelijk mensen aantrekkelijk wordt gevonden. Uiteindelijk is dit eindconcept goedgekeurd door de Voedselbank en is hier een omslag bij ontworpen in dezelfde stijl. Na het ontwerp van het kookboek is ingegaan op de financiën en de verspreiding van het kookboek. Er zijn een aantal opties bedacht om het kookboek te verspreiden, zoals verkopen aan restaurants die de boeken uit kunnen delen, verkopen via winkels of evenementen en de boeken uitdelen aan cliënten. Voor de restaurants zijn ook een aantal 'tegenprestaties' bedacht, bijvoorbeeld een extra pagina met informatie over het restaurant als het restaurant een kleine oplage koopt en uitdeelt. Deze verschillende opties zijn samengevat in een aantal informatiebrieven. Alle kosten voor dit project worden gemaakt bij het drukken van het boek, dus zijn er twee offertes aangevraagd bij drukkers in Enschede: NetzoDruk en Bodo Repro. Deze offertes zijn grove indicaties, omdat er geen specificaties (bijvoorbeeld papiersoort) waren opgegeven. Vervolgens is er een gesprek aangegaan met NetzoDruk, omdat de Voedselbank hier al eerder mee heeft samengewerkt. NetzoDruk was bereid om mee te werken aan het project, waarschijnlijk ook in de vorm van een gereduceerd tarief voor het drukken. Vervolgens zijn er, in overleg met de drukker, een aantal opties bedacht voor de afwerking van het boek. Er is een keus gemaakt wat betreft de papiersoort: het kookboek zal gemaakt worden van papier met een Silk-finish. Verder zijn er verschillende opties wat betreft de manier van inbinden (lijmen of een wire-o binding) en het omslag. Deze keuzes zullen later in het proces gemaakt worden, als er meer bekend is over de beschikbare financiële middelen en de wensen van restaurants (of ze bijvoorbeeld een eigen voorkant willen). Het kookboek is dus nog niet gedrukt en uitgegeven, maar er kan inmiddels gestart worden met het verzamelen van de recepten. De opgestelde informatiebrieven kunnen gebruikt worden in combinatie met het eindconcept om mensen te informeren over het project.

Abstract

A cookbook has been designed for the Voedselbank Enschede. This cookbook will be filled with recipes written by restaurants and well-known people from Enschede. It will also contain information about the Voedselbank Enschede. The cookbook will be given to clients of the Voedselbank and will also be distributed in restaurants and during events, to call attention to the Voedselbank. There are three target groups: the clients, other people interested who can get or buy the book, but also the people involved in the formation of the book (for instance restaurants). In a market research three similar books were studied. Two of these books were cookbooks and one of them was an overview. These books could be an inspiration for the cookbook for the Voedselbank. Graphical publications of the Voedselbank were explored to find the style the Voedselbank uses. This showed that the Voedselbank doesn't use a fixed design. However, the colour green is almost always present and the publications look calm and simple. Based on this information and conversations with the volunteers at the Voedselbank, a list of guidelines for the design of the book was formed. This list contains, among other things, using the colour green and a calm and simple look. The book needs to be attractive for a large group of people, so the design must not be too distinct. Next, a draft for the structure of the book was created. This showed that three types of pages were to be made: pages for recipes with space for ingredients and a picture of the dish, pages for information about a restaurant or individual (for instance an interview) and pages for general information, for instance about the Voedselbank Enschede. Three concepts for the design were made, with for each concept three double sample pages. Four volunteers at the Voedselbank looked at these concepts and named keywords and positive and negative aspects of each concept. This data was collected in a schedule and this showed that the opinions were very different. On of the three concepts was chosen as a base for the final concept. This concept was adjusted according to the volunteers' comments, to create a cookbook that many people find attractive. Eventually, this final concept was approved by the Voedselbank and a matching cover was designed. After this, the finances and distribution of the cookbook were discussed. A few options were invented to distribute the cookbook, such as selling it to restaurants who can give out the book, selling it in shops or during events and giving the books to clients of the Voedselbank. As a compensation for restaurants, a few options were invented, such as an extra page with information about the restaurant if the restaurant chooses to buy and give out some of the books. These different options were summarized in three information letters. All the costs will be made printing the books, so two quotations were requested from two printing offices in Enschede: NetzoDruk and Bodo Repro. These two quotations are rough indications, because no details (such as type of paper) were specified. After this, there was a meeting with NetzoDruk, because the Voedselbank had worked with them before. NetzoDruk was willing to cooperate on the project, probably by printing at a reduced price. In consultation with NetzoDruk a few options for the finishing of the book were considered. A choice was made regarding the type of paper: the cookbook will be printed on paper with a Silk-finish. There are different options for binding the book (glue or wire-o) and for the cover. These choices will be made later in the process, when more is known about the availiable financial resources and the wishes of the cooperating restaurants. The cookbook hasn't been printed and published, but the collecting of recipes can begin. The information letters written earlier can be used in combination with the final concept to inform people about the project.

Inleiding 07

1 Oriëntatie

1.1 Achtergrondinformatie 09
1.2 Doel, doelgroep en middelen 11
1.3 Marktonderzoek 13
1.4 Inspiratie 19

2 Concepten

2.1 Richtlijnen 23
2.2 Doel, doelgroep en middelen 24
2.3 Concepten 25

3 Uitwerking

1.1 Feedback concepten 33
1.2 Eindconcept 35
1.3 Financiën en verspreiding 39
1.4 Afwerking 41

Conclusies & aanbevelingen 44
Reflectie 45
Literatuur 46
Herkomst illustraties 47

Bijlagen

A Opdrachtsomschrijving 49
B Plan van Aanpak 50
C Ingevulde vragenlijsten 55
D Informatiebrieven 58
E Offerte NetzoDruk 65
F Offerte BodoRepro 68
G ProDigital Silk 150 papier 69
H Tweede offerte NetzoDruk 71
I Eindconcept ware grootte 75

Inleiding

Dit is het verslag behorende bij een bacheloropdracht van de opleiding Industrieel Ontwerpen aan de Universiteit Twente, uitgevoerd bij de Voedselbank Enschede.

Het doel van de opdracht was het creëren en op de markt brengen van een kookboek dat de cliënten van de Voedselbank helpt en inspireert om de inhoud van een voedselpakket zo effectief mogelijk te benutten. Tevens dient het kookboek ervoor om andere mensen te interesseren voor en informeren over (het werk van) de Voedelbank.

Dit verslag bestaat uit drie delen: de oriëntatiefase, de conceptfase en de uitwerkingsfase. Om het eerder gestelde doel te behalen is er eerst vooronderzoek gedaan, hierna zijn er concepten opgesteld en uiteindelijk is hier een eindconcept uit ontstaan. Vervolgens wordt er ook nog ingegaan op de financiën, de verspreiding en de afwerking van het boek.

Allereerst is er achtergrondinformatie verzameld over de Nederlandse Voedselbanken en de Voedselbank Enschede in het bijzonder. Ook is in hoofdstuk 1.1 kort de achtergrond van de opdracht te vinden en een verwijzing naar bijlage A en B, waarin respectievelijk de opdrachtsomschrijving te vinden is zoals opgesteld door de Voedselbank en het opgestelde Plan van Aanpak, allebei geformuleerd voor aanvang van de opdracht. Vervolgens worden de doelen, doelgroepen en middelen van het project nog eens nauwkeurig uiteengezet in hoofdstuk 1.2. In hoofdstuk 1.3, Marktonderzoek, worden twee kookboeken en één overzichtsboek bestudeerd: bijvoorbeeld hoe ze opgebouwd zijn, hoe ze ontstaan zijn en hoe ze verspreid zijn. Hoofdstuk 1.4 gaat in op een aantal publicaties van de Voedselbank (nieuwsbrieven, websites) om te achterhalen wat de sfeer is die de Voedselbank uit wil stralen.

Er zijn een aantal richtlijnen opgesteld voor de vormgeving van het kookboek. Deze zijn te vinden in hoofdstuk 2.1. Om te kijken welke typen pagina's er in het boek zullen voorkomen en hoe deze opgebouwd zullen zijn, is er in hoofdstuk 2.2 uiteengezet hoe de opbouw van het boek er uit zal komen te zien. Vervolgens zijn er drie conceptontwerpen gemaakt in hoofdstuk 2.3, met per concept drie dubbele pagina's.

Deze concepten zijn voorgelegd aan een aantal vrijwilligers van de Voedselbank en de reacties hierop zijn te vinden in hoofdstuk 3.1. Hier is ook een verwijzing te vinden naar bijlage C, in deze bijlage zijn de volledige reacties van de vrijwilligers te vinden. Aan de hand van deze feedback is er een eindconcept gemaakt, dit wordt beschreven in hoofdstuk 3.2. Vervolgens is hoofdstuk 3.3 gewijd aan de financiën en de verspreiding van het kookboek. Hier worden ook verwijzingen gemaakt naar bijlages D, E en F, waarin respectievelijk informatiebrieven voor de verspreiding en twee globale offertes te vinden zijn. In hoofdstuk 3.4 wordt ingegaan op de afwerking van het kookboek, waarbij bijvoorbeeld gedacht kan worden aan het omslag. Bijlage G toont de uiteindelijk gekozen papiersoort en bijlage H een gedetailleerde offerte. In bijlage I is het eindconcept te vinden op ware grootte.

Na de kern volgen de conclusies en aanbevelingen, een reflectie, de literatuurlijst, de herkomst van illustraties en de bijlagen.

Graag wil ik nog een aantal mensen bedanken voor hun hulp. Ik wil graag Arthur Eger en Inge Stegeman bedanken voor de begeleiding van mijn opdracht. Daarnaast wil ik ook graag Dieuwke van Wijk, Marc Lohman, Ria van Veen (alle drie vanuit de Voedselbank Enschede), Gerard Reijmer en Gerdine Berkelmans bedanken voor hun medewerking.

1 oriëntatie

1.1 Achtergrondinformatie

Het kookboek is ontwikkeld in opdracht van de Voedselbank Enschede. In dit hoofdstuk volgt achtergrondinformatie over de Voedselbanken in Nederland en specifiek de Voedselbank Enschede. Ook wordt de achtergrond van de opdracht vermeld.

Voedselbanken Nederland

Mensen die onder een bepaald bestaansminimum leven in Nederland, kunnen hulp krijgen van een voedselbank, waar zij met regelmaat voedsel uitgereikt krijgen. Dit is ook direct het eerste deel van het tweeledige doel van de voedselbanken: deze mensen direct helpen.

In Nederland is een organisatie, genaamd 'Voedselbanken Nederland', die alle voedselbanken in Nederland overkoepelt. Deze organisatie is een aantal jaar geleden ontstaan uit een fusie van de Federatie Voedselbanken Nederland (FVN) en Voedselbanken Nederland/Rotterdam (VN). Nederland is opgedeeld in acht regio's (de Regionale Voedselbanken) en deze zijn weer onderverdeeld in 10 tot 35 Lokale Voedselbanken. De overkoepelende organisatie voert geen operationele activiteiten uit, de organisatie heeft een coördinerende taak. Vanuit iedere Regionale Voedselbank neemt een afgevaardigde deel in het landelijke bestuur. Het bestuur van de Regionale Voedselbanken wordt weer gevormd uit afgevaardigden van de Lokale Voedselbanken.

Het voedsel dat de voedselbanken verstrekken zou anders weggegooid zijn door winkels en producenten, bijvoorbeeld omdat er meer geproduceerd werd dan afgezet of omdat de verpakking beschadigd is. Dit vormt het tweede deel van de doelstelling van de Nederlandse voedselbanken: verspilling van voedsel tegengaan. Wanneer de voedselbanken dit voedsel niet zouden overnemen, zouden de bedrijven het voedsel storten of vernietigen. Dit kost niet alleen geld voor het bedrijf, maar is ook schadelijk voor het milieu door de CO_2 die hierbij uitgestoten wordt.

In Nederland krijgen momenteel ongeveer 20.000 gezinnen hulp van een voedselbank, waarbij het om een totaal van ruim 50.000 mensen gaat. Dit wordt mogelijk gemaakt door circa 5.000 onbetaalde vrijwilligers (Voedselbanken Nederland, z.d.).

Voedselbank Enschede

Bij de Voedselbank Enschede waren in 2010 75 vrijwilligers actief, hieronder vallen bestuursleden, inpakkers, uitgevers, chauffeurs en flexwerkers. Per week werden er in 2010 gemiddeld 320 pakketten verstrekt. Aan het einde van 2010 waren er 352 huishoudens die hulp kregen van de Voedselbank in Enschede. Een gedeelte van het voedsel komt via de regionale distributiepunten in Deventer en Arnhem, maar er komt ook veel voedsel Enschede en omstreken. Hierbij kan gedacht worden aan supermarkten, bakkers, vis- en groentehandelaren, maar ook aan particulieren. Ook wordt er vaak geholpen door kerken en scholen.

De opdracht

Binnen de Voedselbank Enschede is een tijd geleden het idee ontstaan om een kookboek te ontwikkelen. Bij de Voedselbank waren er geen vrijwilligers die deze taak op zich konden nemen. Daarom is er eerst een opdracht van gemaakt en gegeven aan studenten van het vak Grafische Vormgeving bij de opleiding Industrieel Ontwerpen. Hier zijn leuke resultaten uit voortgekomen, maar er is toen niets verder uitgewerkt. Er is vervolgens besloten om er een bacheloropdracht van te maken.

In bijlage A is de opdrachtsomschrijving te vinden zoals deze destijds geschreven is door de Voedselbank, voor aanvang van de opdracht.

In bijlage B is het Plan van Aanpak opgenomen dat tevens gemaakt is voor aanvang van de opdracht. Dit Plan van Aanpak was bedoeld als richtlijn voor de werkzaamheden tijdens de opdracht. De geplande werkzaamheden zijn dan ook niet geheel in detail uitgewerkt.

1.2 Doel, doelgroep en middelen

In dit hoofdstuk worden de gestelde doelen en doelgroepen uiteengezet. Hierna volgen de middelen waarmee deze doelen bereikt kunnen worde. Dit alles is ontstaan aan de hand van ideeën van vrijwilligers bij de Voedselbank en brainstorms over het kookboek.

Doel

Het kookboek zal meerdere doelen vervullen:

- Inspireren: de cliënten van de Voedselbank inspireren om creatief met ingrediënten en koken om te gaan en ideeën te geven voor nieuwe gerechten door middel van de recepten waarbij ook rekening gehouden wordt met een klein budget. Maar ook: overige geïnteresseerden inspireren met de recepten
- Informeren: de overige geïnteresseerden informeren over, onder andere, de Voedselbank als stichting
- Overtuigen: het boek overtuigt, door bijvoorbeeld vormgeving en titel, mensen om het aan te schaffen en hierdoor de Voedselbank financieel te steunen en eventueel de Voedselbank hierna verder (financieel) te gaan steunen

Doelgroep

Het boek zal voor meerdere doelgroepen beschikbaar zijn. Er zijn grofweg drie doelrgoepen te onderscheiden. De mensen die voedselpakketten afnemen bij de Voedselbank (de cliënten) zullen het boek krijgen en vormen de eerste doelgroep. De tweede doelgroep bestaat uit geïnteresseerden, die het kookboek tegen betaling aan kunnen schaffen. Een derde doelgroep bestaat uit personen en instanties die helpen bij de totstandkoming van het boek, zij zullen het boek ook krijgen. Hierbij kan gedacht worden aan restaurants, maar ook bekende Enschedeërs. Voor de restaurants zal tevens de mogelijkheid bestaan om een aantal boeken te kopen om vervolgens uit te delen in het betreffende restaurant.

1. Cliënten van de Voedselbank

De Voedselbank heeft vaak ervaren dat er zich ingrediënten in de voedselpakketten bevinden waar de mensen niet veel mee kunnen. Of beter gezegd, ze weten niet wat ze ermee kunnen. Een voorbeeld hiervan is kokosmelk, hierbij gebeurde het ook dat mensen de kokosmelk niet eens mee naar huis namen, maar het pakje tijdens het ophalen van het pakket al uit het krat haalden en achterlieten. De bedoeling van het boek is om hierin recepten op te nemen waardoor deze mensen de mogelijkheden inzien van bepaalde producten en deze vervolgens ook (meer) gebruiken. Voor deze mensen is het tevens van belang dat de gerechten uit het boek goedkoop bereid kunnen worden. Het is de bedoeling dat de kookboeken onder deze doelgroep (gratis) uitgedeeld zullen worden.

2. Overige geïnteresseerden

Daarnaast zal het kookboek verspreid worden onder een tweede doelgroep. Het doel hiervan is tweezijdig: enerzijds het onder de aandacht brengen van de (activiteiten van de) Voedselbank en anderzijds de financiële voordelen. Wanneer er een kleine winst gemaakt kan worden op de productie en verkoop van de boeken, kan dit gebruikt worden voor de stichting, om bijvoorbeeld vaste lasten als energie en huur van het pand te betalen.

3. Betrokken personen en instanties

De mensen en instanties die helpen bij de totstandkoming van het kookboek (bijvoorbeeld door middel van het schrijven van een recept of financiële ondersteuning) zullen één of meerdere exemplaren van het kookboek krijgen als dank voor hun hulp. Daarnaast zal er de mogelijkheid zijn om een aantal boeken te kopen om uit te delen, bijvoorbeeld in een restaurant. De Voedselbank geeft het kookboek uit en daarom zal het boek ook onder alle vrijwilligers uitgedeeld worden. Ook zal de Voedselbank het kookboek als relatiegeschenk kunnen gebruiken.

Middelen

De gestelde doelen zullen gerealiseerd worden met de ontwikkeling, productie, verkoop en verspreiding van een kookboek. Het kookboek zal een Enschedees boek worden. In het kookboek zullen recepten opgenomen worden van bekende Enschedeërs, vrijwilligers, restaurants etc. in Enschede. Er zal geprobeerd worden om alleen samen te werken met personen en instanties in Enschede (bijvoorbeeld een drukker). De recepten zullen bij voorkeur simpel en budgetproof zijn, rekening houdend met de eerstgenoemde doelgroep. Bij het verzamelen van de recepten zal dan ook expliciet gevraagd worden om deze goedkoop en simpel te houden. Ook zal er een lijst met ingrediënten opgesteld worden die (vaker) in de voedselpakketten zitten, zodat met deze ingrediënten de recepten gemaakt kunnen worden.

Om mensen te informeren over de Voedselbank als stichting zal er inhoudelijk ingegaan worden op het werk van de Voedselbank in het kookboek. Dit kan bijvoorbeeld in de vorm van algemene informatiepagina's of verhalen van cliënten en vrijwilligers.

Omdat er meerdere doelgroepen zijn, zal het kookboek voor een brede en gevarieerde groep mensen aantrekkelijk moeten zijn. Daar zal bij het grafische ontwerp rekening mee gehouden moeten worden.

1.3 Marktonderzoek

Ter oriëntatie volgen in dit hoofdstuk twee beschrijvingen van kookboeken en één beschrijving van een overzichtsboekje: hoe zijn ze opgebouwd, hoe zijn ze tot stand gekomen, wat is de grafische uitstraling? In alle gevallen is er contact geweest met iemand die betrokken was bij de ontwikkeling van het betreffende boek.

Figuur 1.3.1: Voorkant Isala

Isala heeft smaak

Type boek: kookboek
Doelgroep: medewerkers Isala klinieken
Doel: kerstgeschenk
Aantal pagina's: 94

Dit is een kookboek speciaal voor de medewerkers van de Isala klinieken in Zwolle. De Isala klinieken vormen het grootste topklinische ziekenhuis van Nederland (Isala klinieken, z.d.).

In het boek staan recepten van tien medewerkers van de Isala klinieken, vier restaurants uit Zwolle en recepten uit de mediterrane en oosterse keuken. Dit zijn voornamelijk voor- en hoofdgerechten en een aantal nagerechten en zoete hapjes.

Het bedrijf Foodteam heeft het boek gemaakt in opdracht van de Isala klinieken, als kerstgeschenk voor de werknemers. Dit suggereert dat het boek toegankelijk en aantrekkelijk gevonden moet worden door een gevarieerde en grote groep mensen (de oplage was 7500 stuks).

Opbouw

Voorwoord
Inhoudsopgave: niet op volgorde, maar gesorteerd in rubrieken
Kern:

- Interviews met medewerkers: paginavullende foto op linkerpagina, interview op rechterpagina, gevolgd door twee recepten van die persoon
- Recept van een toonaangevend restaurant: paginavullende foto op rechterpagina plus de contactgegevens van het restaurant, recept op linkerpagina plus een kort stukje van een medewerker / eigenaar van het betreffende restaurant plus een foto van het gerecht
- Overige recepten: meestal op een pagina één recept, inclusief foto, soms twee pagina's waarvan één paginavullende foto

Colofon

Grafische uitstraling

Het boek heeft een heldere, strakke en lichte uitstraling. Er zijn veel foto's van gerechten geplaatst, waardoor er een duidelijk beeld gecreëerd wordt van de recepten. De opmaak van de foto's past goed bij de gehele opmaak: ook de foto's zijn licht en strak. De tekst is bijna altijd geplaatst op een witte achtergrond. De beschrijvende teksten zijn zwart, de ingrediëntenlijsten zijn in een kleur die terugkomt in de foto van het gerecht. Het geheel doet erg 'clean' aan.

Ontwikkeling

De maker van het boek, Gerard Reijmer (de man achter Foodteam), heeft een format ontwikkeld voor dergelijke boeken en inmiddels heeft hij vijf boeken volgens dit format ontwikkeld voor bedrijven en/of zorginstellingen (waaronder dus de Isala klinieken in Zwolle). Deze boeken dienen veelal als geschenk voor de medewerkers, om op die manier de personeelsleden met elkaar te verbinden.

Hij is begonnen met de ontwikkeling van zijn idee. Hij heeft hiervoor een standaard spread ontworpen, met links een paginavullende foto van een medewerker, waarbij rechts een kort interview staat gedrukt over de passie van die persoon voor eten en/of drinken. Dit korte interview wordt gevolgd door een spread met twee recepten van die persoon. Het boek wordt vervolgens verder opgevuld met andere recepten. In het geval van Isala heeft hij ook recepten van toonaangevende restaurants in Zwolle in het boek opgenomen, op verzoek van de opdrachtgever. Hij heeft dus eigenlijk een soort van 'standaard recept' voor een boek, wat vervolgens naar de wensen van de opdrachtgever aangepast en gevormd kan worden.

De opmaak van de boeken is, net als de formule, voortgekomen uit zijn eigen ideeën. Hij heeft ervaring met grafische vormgeving, en heeft deze opmaak gemaakt waarna opdrachtgevers enthousiast werden. De kostprijs van deze boeken ligt op ongeveer 10-15 euro per boek.

Overeenkomsten met het te ontwikkelen boek

Het boek kan in vele opzichten inspiratie bieden voor het te ontwikkelen boek voor de Voedselbank. Het type recepten zal waarschijnlijk niet overeenkomen, omdat in 'Isala heeft smaak' veel luxe (en waarschijnlijk relatief dure) recepten voorkomen. Het idee van de interviews en bijbehorende recepten kan (en zal naar alle waarschijnlijkheid) wel toegepast worden.

Figuur 1.3.2: Eerste binnenpagina Isala

Figuur 1.3.3: Tweede binnenpagina Isala

Figuur 1.3.4: Derde binnenpagina Isala

Koken zonder poen

Type boek: kookboek
Doelgroep: mensen die graag lekker willen koken met weinig geld
Doel: begrip en integratie voor kwetsbare groepen mensen (doel festival)
Aantal pagina's: 69

Dit is een uitgave van het Kwartiermakersfestival Midden Brabant 2008. Dit festival is bedoeld om meer begrip en een betere integratie te creëren voor kwetsbare groepen in de samenleving. Het festival wil middels culturele activiteiten kunstenaars en artiesten met en zonder psychiatrische geschiedenis, en ook mensen uit andere kwetsbare groepen, samen laten werken en hun talenten aan een groot publiek tonen.

Het boek bevat recepten die rekening houden met de grootte van het huishoudbudget, de aanwezige voorraad en eventuele restjes. Er worden tips gegeven voor bijvoorbeeld een basisvoorraadkast, er worden suggesties gedaan om bepaalde gerechten met goedkopere ingrediënten te bereiden en ook bevat het boek verhalen en gedichten.

Figuur 1.3.5: Voorkant KZP

Opbouw

Colofon
Gedicht over een kwartiermaker
Inhoud
Algemene inleiding: inleidend stuk over de kwartiermakers en het festival
Recept: kwartiermakerssalade, gebaseerd op huzarensalade, symbolisch bedoeld (salade gemaakt van restjes)
Inleiding met tips etc.
H1: Soep en zo
H2: Hongerkillers en overleefrecepten
H3: Het echte werk
H4: Oeioeioei, een feestje?

Voor alle recepten geldt dat er een kolom/rij is met ingrediënten, gesorteerd in verschillende groepen (bijvoorbeeld 'uit de kast', 'verse spullen'). Bij de meeste recepten is een foto afgebeeld van het gerecht. Bij veel recepten staan tips, hoe je bijvoorbeeld een ingrediënt kunt vervangen door een goedkopere variant. Aan het begin van ieder hoofdstuk staat een inleiding op het betreffende hoofdstuk. Bij de recepten staat ook een inleiding, bijvoorbeeld over de herkomst van het recept, een gedicht of een stukje over de persoon die het recept heeft aangeleverd.

Grafische uitstraling

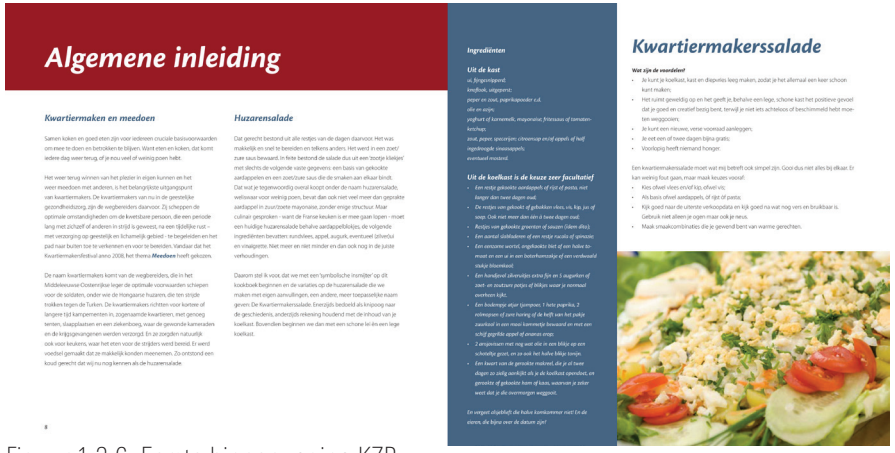
Blauw en rood zijn in dit boek de hoofdkleuren. Er wordt van blauwe en rode balken gebruik gemaakt, bijvoorbeeld als header maar ook als kolom waarin de ingrediënten van een recept staan. Ook zijn de titels vaak rood of blauw. Het boek ziet er 'basic' uit. Het is niet erg modern en strak, maar ook niet oubollig met veel frutsels. Het is een vrij veilige, niet erg uitgesproken stijl.

Ontwikkeling

Gerdine Berkelmans heeft het idee bedacht en uitgevoerd. Zij is in contact gekomen met de projectleider van het Kwartiermakersfestival en het idee is ontstaan om het kookboek als herinneringsgeschenk uit te delen tijdens dit festival. Er zijn eerst 3000 boekjes gedrukt en uitgedeeld tijdens het festival, later hebben instellingen getekend voor een bijbestelling van nog eens 1500 boekjes. Het boekje is dus wel gedrukt, maar niet officieel uitgegeven (het heeft geen ISBN). Het hele project is via subsidies gefinancierd. Ze heeft meerdere instellingen benaderd (bijvoorbeeld de Gelderse Roos, een instelling voor geestelijke gezondheidszorg) om zo bijvoorbeeld positieve persoonlijke verhalen van mensen te achterhalen. De vormgeving is tot stand gekomen in samenwerking met een vaste vormgever en fotograaf. Hierbij heeft mevrouw Berkelmans bijvoorbeeld bewust voor een bepaalde papiersoort gekozen, zodat het kookboek ook naast het gasfornuis kan liggen en tegen spetters kan.

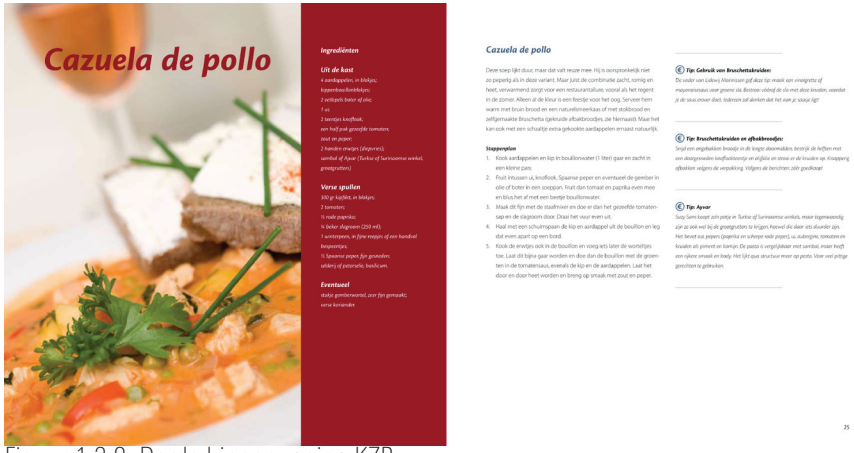
Overeenkomsten met het te ontwikkelen boek

Dit boek houdt, net als het boek van de Voedselbank, rekening met een smalle beurs. Er worden recepten genoemd die budgetproof zijn. Ook worden er veel extra tips gegeven met betrekking tot uitgaven aan eten, dit is ook een idee voor het boek voor de Voedselbank.



Figuur 1.3.6: Eerste binnenpagina KZP

Figuur 1.3.7: Tweede binnenpagina KZP



Figuur 1.3.8: Derde binnenpagina KZP

Bachelors of Science Industrieel Ontwerpen nummers 51 t/m 100

Type boek: overzicht bacheloropdrachten
Doelgroep: studenten Industrieel Ontwerpen, potentiële studenten, geïnteresseerden
Doel: informeren over uitgevoerde bacheloropdrachten, interesseren voor studie
Aantal pagina's: 106

Wanneer er 50 studenten Industrieel Ontwerpen hun bacheloropdracht afgerond hebben, geeft de opleiding een overzichtsboekje uit met in het kort iets over al die bacheloropdrachten. Deze boekjes worden uitgedeeld aan studenten, maar ook aan bijvoorbeeld scholieren tijdens open dagen.

Opbouw

Inleiding: iets in het kort over de totstandkoming van het boek
Kern:

50 keer een dubbele pagina met links informatie over de opdracht en naam en foto van de uitvoerende student, rechts een afbeelding die te maken heeft met de uitgevoerde opdracht

Begeleiders: een dubbele pagina met foto's en namen van de begeleidende docenten
Colofon

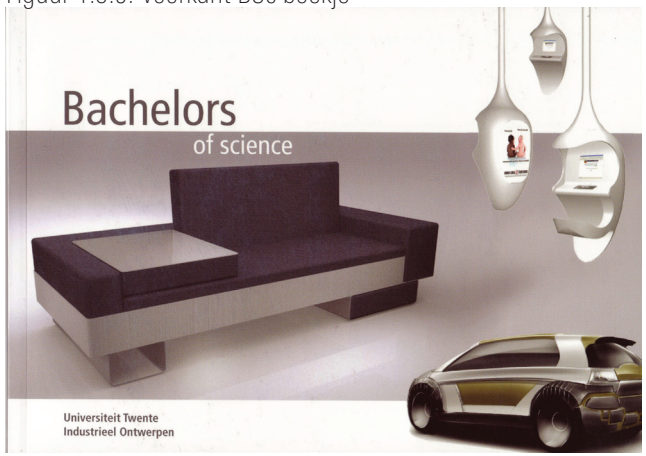
Grafische uitstraling

Het boekje is erg strak en licht opgemaakt. Het gebruikte lettertype is smal en slank. De teksten zijn zwart, grijs en oranje gekleurd. De pagina's zijn hoofdzakelijk wit. De foto's van de uitvoerende studenten zijn in zwart-wit en vrijstaand gemaakt. Dit geeft een rustig en strak beeld. De afbeeldingen op de rechterpagina's bepalen ook voor een groot deel de sfeer, maar deze zijn uiteenlopend qua stijl, omdat deze stijl natuurlijk afhangt van de uitgevoerde opdracht.

Ontwikkeling

Dit is niet het eerste boekje uit de reeks. Zoals al eerder vermeld, wordt een dergelijk boekje gemaakt wanneer er 50 studenten Industrieel Ontwerpen hun bacheloropdracht afgerond hebben. Dit boekje is het tweede boekje in de reeks en

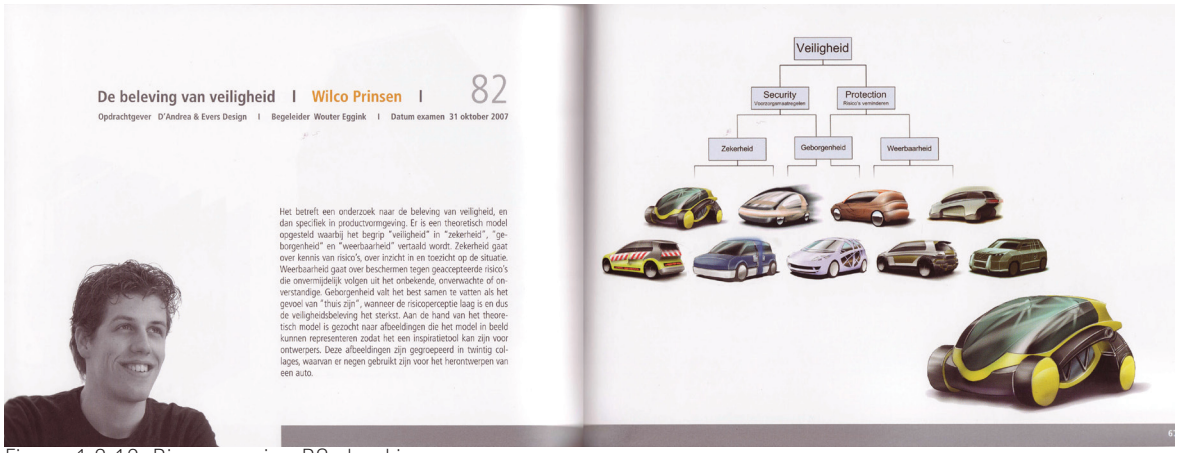
Figuur 1.3.9: Voorkant BSc boekje



inmiddels zijn er ook alweer een paar na gekomen. Bij het ontwerpen van de boekjes zijn de enige vaste gegevens het formaat en de tekst op het omslag. De boekjes zijn niet allemaal door dezelfde persoon ontworpen. Er is voor ieder boekje een vormgever aan de slag gegaan die een aantal concepten gemaakt heeft. Hier is vervolgens één concept uit gekozen. Op deze manier is ieder boekje anders dan het voorgaande, wat voor veel afwisseling zorgt. Maar door het vaste formaat is er wel een vorm van overeenstemming tussen de boekjes. De boekjes worden gefinancierd door de opleiding Industrieel Ontwerpen.

Overeenkomsten met het te ontwikkelen boek

Het boek is qua inhoud uiteraard totaal niet overeenkomstig met het kookboek voor de Voedselbank. Maar de opbouw zou wel overeen kunnen komen, omdat er telkens een dubbele pagina is met links informatie en rechts een afbeelding. Ook zou de vormgeving een inspiratie kunnen zijn.



Figuur 1.3.10: Binnenpagina BSc boekje

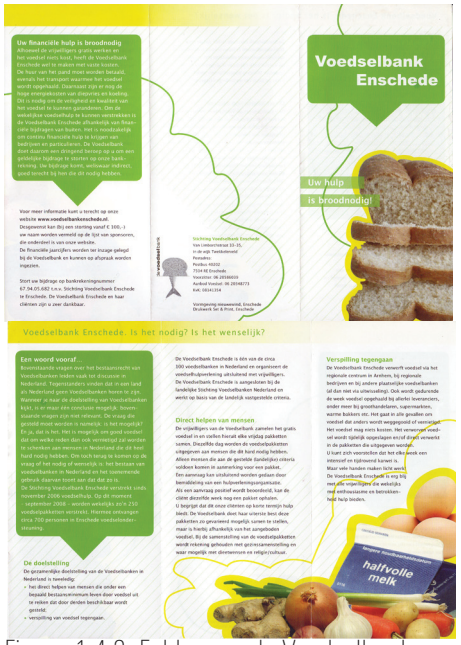
1.4 Inspiratie

Dit hoofdstuk dient om inspiratie op te doen. De stijl van de Voedselbank Enschede wordt getoond aan de hand van een aantal grafsche publicaties, waarna wordt ingegaan op de sfeer en stijl die hierin naar voren komen.

Het kookboek moet passen bij wat de Voedselbank wil uitstralen. Om erachter te komen welke stijl en sfeer de Voedselbank op dit moment uitdraagt, volgen hieronder een aantal afbeeldingen van websites, nieuwsbrieven en folders van de Voedselbank.

Figuur 1.4.2: www.kerstfeestvoedselbank.nl

Figuur 1.4.1: www.voedselbankenschede.nl



Figuur 1.4.3: Folder van de Voedselbank

Voedselbanken Nederland

Enschede

EXTERNE NIEUWSBRIEF Jaargang 4, nummer 2, april 2011

SPECIALE EDITIE – VERHUISBERICHT!

De Voedselbank Enschede gaat op vrijdag 15 april voor het eerst de uitgifte verzorgen in het nieuwe pand aan de Hoge Bothofstraat 45 (voormalig Polaroidgebouw). De afgelopen zes weken is keihard gewerkt aan het klaarmaken van het nieuwe pand. Wij zijn erg verheugd om de cliënten komende vrijdag in het nieuwe pand te mogen ontvangen. Na ongeveer vier jaar heeft de laatste uitgifte aan de Van Limborschstraat op 8 april plaatsgevonden. Direct daarna is begonnen met het inpakken van alle kratten, keukenapparatuur, voorraad etc. Op 9 april is het grootste deel verhuisd, met hulp van veel vrijwilligers en twee vrachtwagens, die beschikbaar zijn gesteld door Het Goed en Kroeze Transport (zie foto's).

Voorbereiding
Nijhuis Enschede, Spanjer Projectafbouw, Winkels Installatietechniek en Jonker Timmerwerken hebben het grotere kluswerk gedaan. Daarna zijn de vrijwilligers zelf aan de slag gegaan met schilder- en kluswerkzaamheden. Met als resultaat dat we binnen enkele weken nadat we de sleutel kregen, kunnen verhuizen. Op 11 april begint Kamphuis Koeltechniek met demontage en montage van de grote koeler en vriezer. Om te zorgen dat er vrijdag weer genoeg voedsel is voor de cliënten is er een vriescontainer gehuurd. Op die manier kan de uitgifte blijven doorgaan. Schoonmaakbedrijf Willemse zal voor een heel aantrekkelijk tarief het nieuwe pand goed onder handen nemen.

Parkeren
Op het terrein mag niet worden geparkeerd. Gelukkig heeft de Voedselbank in goed overleg met de verhuurder Hoge Bothof BV kunnen regelen dat cliënten op vrijdagmiddag kort bij de Voedselbank kunnen parkeren om de boodschappen in te laden.

Opening
Op 25 mei vindt de grote opening plaats van de nieuwe Voedselbank voor genodigden.

STEUN ONS
Stichting Voedselbank Enschede is en blijft afhankelijk van uw financiële bijdrage en voedseldonatie. Blijf ons steunen en stort uw bijdrage op **bankrekening nr. 67.94.05.682** t.n.v. Stichting Voedselbank Enschede. Voor het aanbieden van voedsel neem contact op met Ria Pieters, tel. 06 20348773.

BEDANKEN

De afgelopen periode hebben wij ongelooflijk veel hulp gekregen van allerlei kanten. Wij willen iedereen hier graag voor bedanken. Speciale dank gaat uit naar de verhuurder van ons oude pand, de Leonardusstichting, voor haar geduld. Zij hebben lang moeten wachten op deze verhuizing, maar in goed overleg konden wij blijven zitten totdat we een nieuw pand gevonden hadden. Daarnaast zijn wij de bewoners in de buurt van de Voedselbank aan de Van Limborchstraat dankbaar voor hun begrip en geduld op de drukke vrijdagmiddag.

COLOFON. Redactie: Inge Stegeman. Aan deze nieuwsbrief werkten mee: Ria van Veen, Dieuwke van Wijk. De nieuwsbrief is bestemd voor alle contacten van de Voedselbank Enschede. Meer info: voedselbankenschede.nl

Stichting Voedselbank Enschede Postbus 40202 7504 RE Enschede

Figuur 1.4.4: Nieuwsbrief van de Voedselbank

De Voedselbank heeft niet een duidelijke vaste huisstijl. Er is wel een logo en door vrijwilligers van de Voedselbank is aangegeven dat groen een kleur is waar ze vaak gebruik van maken en die ze graag terug zouden zien. Dit is ook te zien in bovenstaande afbeeldingen. In alle publicaties komt de kleur groen voor, behalve in de website gemaakt ter gelegenheid van het kerstfeest. Dit kerstfeest is georganiseerd door Prismare en Rotary, daarom heeft deze website een andere uitstraling. De warme kleuren (paars en rood) zijn gekozen in het kader van een kerstsfeer.

De website is bewust simpel gehouden, met inderdaad groen als accentkleur. Het logo is linskboven te zien: het stukje brood met een halve vis eraan vast. Dit is het algemene logo voor de voedselbanken in Nederland. De folder en de nieuwsbrief passen qua stijl bij de website. De kleur groen komt terug en het geheel is rustig met veel wit en andere lichte kleuren.

Het is niet zo dat alle grafische publicaties door dezelfde persoon gemaakt zijn, dit is ook te zien. De verschillende afbeeldingen lijken wel op elkaar qua stijl (met uitzondering van de kerstwebsite), maar er is geen vaste opmaak met bijvoorbeeld vaste kleuren, tekstkleuren en lettertypes. Bijvoorbeeld in de folder komen elementen terug die niet in de andere publicaties terug komen, zoals de gele omlijning en schuine strepen op de achtergrond.

Er is dus niet één duidelijke lijn te vinden in de grafische vormgeving die de Voedselbank Enschede gebruikt. Er zijn geen vaste regels waaraan voldaan moet worden bij het ontwerp van het kookboek. Wel moet het ontwerp passen bij de vormgeving van de website, de nieuwsbrief en de folder. Dit komt neer op gebruik van de kleur groen in een rustige en simpele vormgeving.

2 concepten

2.1 Richtlijnen

Er zijn door de Voedselbank geen strikte eisen aan het ontwerp gesteld. Onderstaande lijst bevat een aantal van belang zijnde richtlijnen (voor de vormgeving) die opgesteld zijn. Deze zijn tot stand gekomen in overleg met de Voedselbank, naar aanleiding van bestudering van twee soortgelijke kookboeken, informatie en de grafische stijl van de Voedselbank en naar eigen inzicht.

Een aantal richtlijnen:

- Gebruik van de kleur groen: karakteristiek voor de Voedselbank (komt terug in website, folders, nieuwsbrief)
- Foto's van (alle) gerechten
- Geen al te gelikte uitstraling, past niet bij het karakter van de Voedselbank
- Strakke en simpele uitstraling, sluit aan bij eerdere publicaties
- De inhoud moet duidelijk en simpel gepresenteerd zijn (bijvoorbeeld leesbaarheid), rekening houdend met de doelgroep
- Een flexibel stramien, vooral rekening houden met verschillende typen, formaten en verhoudingen van foto's
- Ruimte voor algemene tips tussendoor, omdat het boek gericht zal zijn op een klein budget
- Aantrekkelijk voor een brede groep mensen, dus niet een al te uitgesproken en specifiek ontwerp
- Aantrekkelijk voor restaurants om te kopen en uit te delen in hun restaurant, door het doen van een tegenprestatie (bijvoorbeeld foto en info over hun restaurant)
- Rekening houden met kosten voor verschillende formaten en inbindwijzen

2.2 Opbouw boek

Er is een opzet gemaakt voor de opbouw en inhoud van het boek. Hierbij is er in samenwerking met de Voedselbank een lijst opgesteld met personen, organisaties en restaurants die benaderd kunnen worden om een recept aan te leveren.

Van tevoren was al bedacht door de vrijwilligers bij de Voedselbank dat het een Enschedees boek zou worden (zie ook het hoofdstuk 'Doel, doelgroep en middelen'), met recepten van (bekende) Enschedeërs. Er is gekozen om onder andere restaurants recepten aan te laten leveren omdat zij natuurlijk een link hebben met eten, maar ook omdat via deze weg de boekjes hopelijk verspreid kunnen worden.

Het boek zal de volgende onderdelen bevatten:

- Inleiding, bijvoorbeeld geschreven door de burgemeester Enschede
- Interviews met bijvoorbeeld restaurants of instellingen of individuen, gevolgd door recept(en)
- Algemene tips om goedkoop te eten, tussendoor opnemen (bij de recepten) of in aparte secties
- Voedingswijzer van het Voedingscentrum
- Algemene info over de Voedselbank
- Colofon

Er zullen ongeveer 20 recepten in het kookboek komen. Hiervoor is een lijst opgesteld met personen, organisaties en restuarants die benaderd zullen worden om een recept aan te leveren. De lijst bevat meer dan 20 namen, dit is omdat waarschijnlijk niet iedereen mee wil / kan werken. De lijst:

1. Myra Koomen (gemeente Enschede)
2. Jeroen Hatenboer (gemeente Enschede)
3. Ed Brinksma (rector magnificus UT)
4. Store manager Bijenkorf / V&D
5. Joop Munsterman (voorzitter FC Twente)
6. Prismare
7. Sporter: bijvoorbeeld Marleen Veldhuis
8. Sporter: iemand van FC Twente
9. Voedingsdeskundige
10. Restaurant in de Grolsch Veste
11. Restaurant 10
12. Restaurant De Broeierd
13. Restaurant Rodenbach
14. Restaurant Jou&Mij
15. Restaurant De Ouwe Compagnie
16. Restaurant De Tropen
17. Restaurant Villa van Heek
18. Restaurant Bar Amis
19. Restaurant Sam Sam
20. Restaurant Humphreys
21. Restaurant Atrium
22. Restaurant La Cucina
23. Restaurant Ons
24. Restaurant Appeltjes van Oranje
25. Restaurant Fellini
26. Restaurant Los Ponchos (Mexicaans)
27. Restaurant Turquoise (Turks)
28. Restaurant Sirtaki (Grieks)
29. Restaurant Rhodos (Grieks)
30. Restaurant Yuen (Aziatisch)
31. Joop Braakhekke (jurylid proefeet 2010)
32. Vrijwilliger bij de Voedselbank
33. Vrijwilliger bij de Voedselbank
34. Gezin dat voedselhulp krijgt
35. Gezin dat voedselhulp krijgt

2.3 Conceptontwerpen

In dit hoofdstuk zijn de eerste drie vormgevingsconcepten te zien. Deze zijn ontworpen naar aanleiding van de besproken wensen en ideeën.

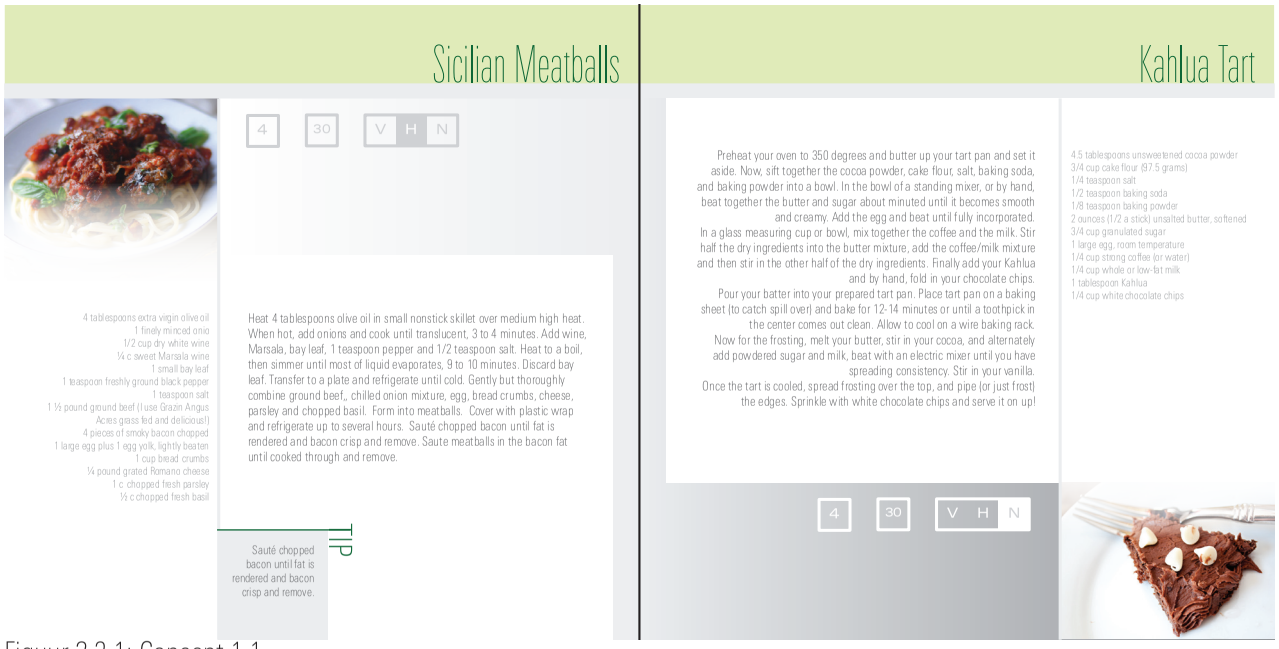
Er zijn drie concepten gemaakt. Bij ieder concept is er een aantal dubbele pagina's gemaakt. Er zijn verschillende dubbele pagina's gemaakt omdat het boek verschillende typen pagina's zal bevatten (zie het hoofdstuk'Opbouw boek').

Er zijn pagina's gemaakt met:

1. Recept(en): titel gerecht, ingrediënten, bereiding, ruimte voor een extra tip, afbeelding(en), optioneel: bereidingstijd, aantal personen, type gerecht etc
2. Info over een restaurant of een bekende Enschedeër (bijvoorbeeld interview): naam, korte omschrijving / steekwoorden, hoofdtekst (bijvoorbeeld interview), quote, afbeelding(en)
3. Algemene pagina over de Voedselbank, bijvoorbeeld als inleiding: titel, hoofdtekst, ruimte voor bijvoorbeeld wat cijfers of steekwoorden, afbeelding(en)

Het gaat hierbij nog om sfeerimpressies, er is nog niet in detail gekeken naar bijvoorbeeld het gebruik van icoontjes. Ook zijn de teksten en foto's voorbeelden, om te laten zien hoe de indeling eruit ziet met verschillende elementen.

Na ieder concept volgt een korte toelichting.



Sicilian Meatballs

4 | 30 | V H N

4 tablespoons extra virgin olive oil
1 finely minced onio
1/2 cup dry white wine
¼ c sweet Marsala wine
1 small bay leaf
1 teaspoon freshly ground black pepper
1 teaspoon salt
1 ½ pound ground beef (I use Grazin Angus Acres grass fed and delicious!)
4 pieces of smoky bacon chopped
1 large egg plus 1 egg yolk, lightly beaten
1 cup bread crumbs
¼ pound grated Romano cheese
1 c chopped fresh parsley
½ c chopped fresh basil

Heat 4 tablespoons olive oil in small nonstick skillet over medium high heat. When hot, add onions and cook until translucent, 3 to 4 minutes. Add wine, Marsala, bay leaf, 1 teaspoon pepper and 1/2 teaspoon salt. Heat to a boil, then simmer until most of liquid evaporates, 9 to 10 minutes. Discard bay leaf. Transfer to a plate and refrigerate until cold. Gently but thoroughly combine ground beef,, chilled onion mixture, egg, bread crumbs, cheese, parsley and chopped basil. Form into meatballs. Cover with plastic wrap and refrigerate up to several hours. Sauté chopped bacon until fat is rendered and bacon crisp and remove. Saute meatballs in the bacon fat until cooked through and remove.

TIP

Sauté chopped bacon until fat is rendered and bacon crisp and remove.

Kahlua Tart

Preheat your oven to 350 degrees and butter up your tart pan and set it aside. Now, sift together the cocoa powder, cake flour, salt, baking soda, and baking powder into a bowl. In the bowl of a standing mixer, or by hand, beat together the butter and sugar about minuted until it becomes smooth and creamy. Add the egg and beat until fully incorporated.
In a glass measuring cup or bowl, mix together the coffee and the milk. Stir half the dry ingredients into the butter mixture, add the coffee/milk mixture and then stir in the other half of the dry ingredients. Finally add your Kahlua and by hand, fold in your chocolate chips.
Pour your batter into your prepared tart pan. Place tart pan on a baking sheet (to catch spill over) and bake for 12-14 minutes or until a toothpick in the center comes out clean. Allow to cool on a wire baking rack.
Now for the frosting, melt your butter, stir in your cocoa, and alternately add powdered sugar and milk, beat with an electric mixer until you have spreading consistency. Stir in your vanilla.
Once the tart is cooled, spread frosting over the top, and pipe (or just frost) the edges. Sprinkle with white chocolate chips and serve it on up!

4.5 tablespoons unsweetened cocoa powder
3/4 cup cake flour (97.5 grams)
1/4 teaspoon salt
1/2 teaspoon baking soda
1/8 teaspoon baking powder
2 ounces (1/2 a stick) unsalted butter, softened
3/4 cup granulated sugar
1 large egg, room temperature
1/4 cup strong coffee (or water)
1/4 cup whole or low-fat milk
1 tablespoon Kahlua
1/4 cup white chocolate chips

4 | 30 | V H N

Figuur 2.3.1: Concept 1.1

Figuur 2.3.2: Concept 1.2

Name: Jamie Oliver

Occupation: lorem ipsem

Lorem: Ipsem

Tips:
1. lorem ipsem
2. lorem ipsem
3. lorem ipsem
4. lorem ipsem

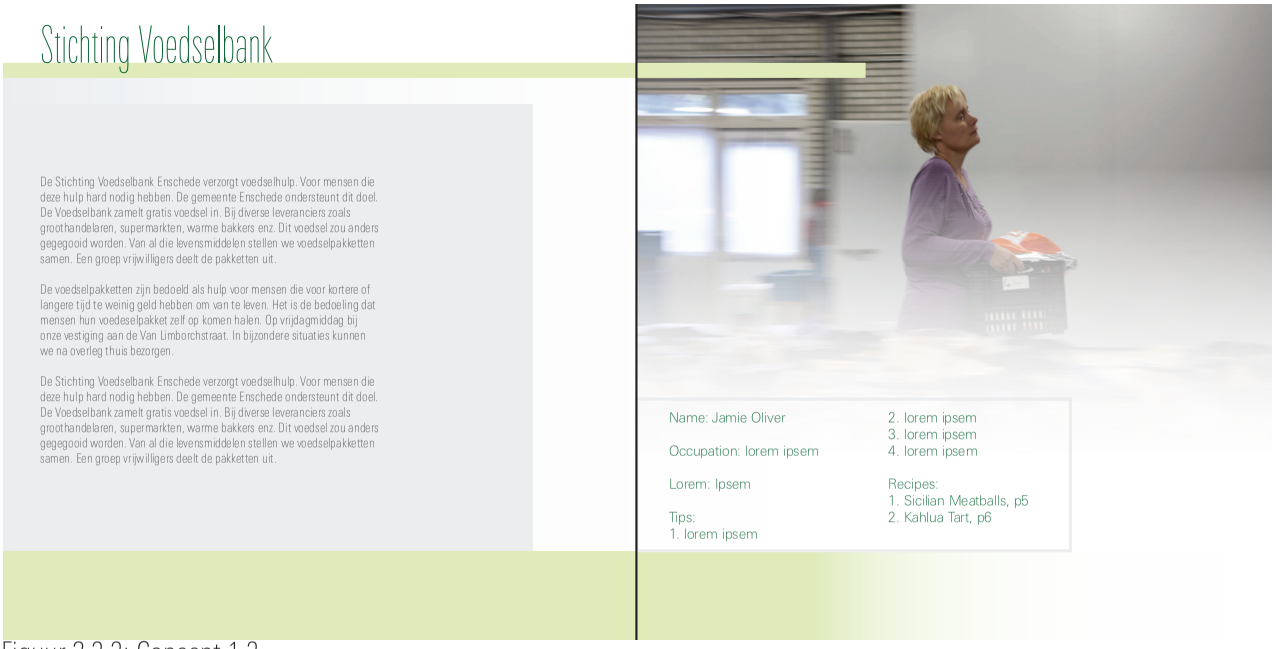
Recipes:
1. Sicilian Meatballs, p5
2. Kahlua Tart, p6

Jamie Oliver

Jamie Oliver is a phenomenon in the world of food. He is one of the world's best-loved television personalities and one of Britain's most famous exports. Jamie has had huge success with television series The Naked Chef (BBC), Jamie's Kitchen, Jamie's School Dinners, Jamie's Great Italian Escape, Return to School Dinners, Jamie's Chef, Jamie at Home , Jamie's Ministry of Food , Jamie Does.... and more recently Jamie's 30 Minute Meals and the Emmy Award-winning Jamie's Food Revolution (ABC), as well as the one-off specials Jamie's Fowl Dinners, Eat To Save Your Life, Jamie Saves Our Bacon and Jamie's Fish Suppers (all for Channel 4).

Jamie has inspired people to spend more time enjoying being in the kitchen – and even start growing their own food! His programmes have now been broadcast in over 100 countries including the USA, Australia, South Africa, Brazil, Japan and Iceland. Having been translated into over 30 languages, the accompanying cookbooks are bestsellers not only in the UK but across the world. His 2010 book, Jamie's 30 Minute Meals, became Jamie's first million-selling book in the UK as well as being the fastest-selling non-fiction book since records began.

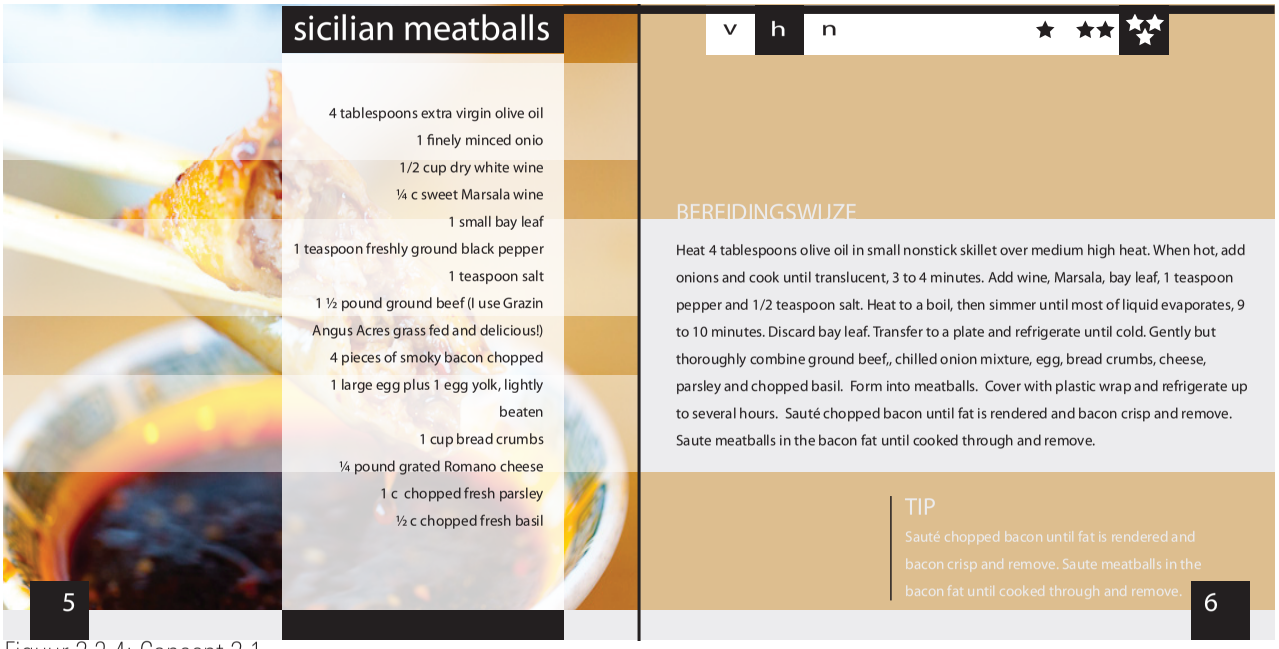
Still in the UK, look out for the second series of 30-Minute Meals.



Figuur 2.3.3: Concept 1.3

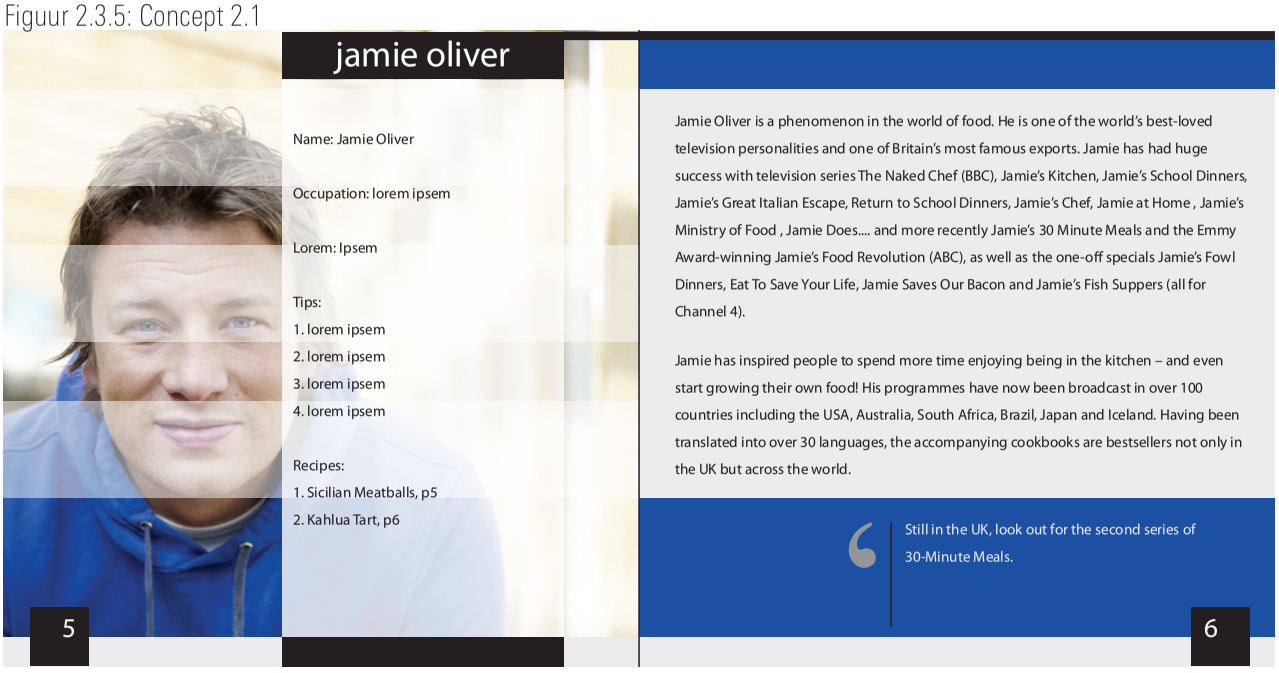
Concept 1

In dit concept is er gekozen voor vierkante pagina's.
De eerste dubbele pagina is een voorbeeldpagina met twee recepten. Hierbij is er gebruik gemaakt van icoontjes, maar deze zijn nog niet tot in detail uitgewerkt. Het idee is om icoontjes te gebruiken voor het aantal personen, de bereidingstijd en het soort gerecht (voor, hoofd of na). Ook is er een voorbeeld gemaakt van een hokje waarin een extra tip geplaatst kan worden.
De tweede dubbele pagina is een voorbeeldpagina voor een kort interview met een bekende Enschedeër, of bijvoorbeeld een stukje over een restaurant. Links staat een kadertje met kort wat algemene informatie, rechts de hoofdtekst en onderaan nog een quote.
De derde dubbele pagina is een voordbeeldpagina voor een algemene pagina, bijvoorbeeld een inleiding over de Voedselbank. Hierbij is gebruik gemaakt van een foto met andere verhoudingen, omdat niet alle foto's de verhouding hebben zoals de foto van Jamie Oliver op de tweede pagina. Hierdoor is het kadertje met algemene info niet meer staand maar liggend (deze kan in dit geval ook weggelaten worden, maar wanneer het bijvoorbeeld om een restaurantpagina gaat met foto met dergelijke verhoudingen kan het kader op deze manier ingevoegd worden).



Figuur 2.3.4: Concept 2.1

Figuur 2.3.5: Concept 2.1



Figuur 2.3.6: Concept 2.3

Concept 2

Ook hierbij zijn de pagina's vierkant. In dit concept is er telkens een lichtgrijze balk op de rechterpagina met de hoofdtekst, bij de verschillende pagina's heeft deze balk verschillende hoogtes. Het idee is om deze hoogte af te laten hangen van de hoeveelheid tekst. Daarnaast is de achtergrondkleur van de rechterpagina een kleur die terugkomt in de foto op de linkerpagina.
De eerste dubbele pagina is een recept, waarbij weer hetzelfde geldt voor de icoontjes als bij het eerste concept. Hierbij zijn er ook nog icoontjes toegevoegd voor de moeilijkheidsgraad. Welke icoontjes geplaatst worden uiteindelijk (berei dingstijd, aantal personen, moeilijkheidsgraad) is nu nog achterwege gelaten, evenals de exacte uitwerking ervan. Het gaat nu meer om de sfeerimpressie en de plaatsing van verschillende elementen. Links staan de ingrediënten, rechts de bereiding en er is ruimte voor een extra tip.
De tweede dubbele pagina is een pagina voor een interview / restaurant. Hier staat wat algemene informatie in hetzelfde kader waar bij de recepten de ingrediënten in staan. Ook hier is weer ruimte voor een quote.
De derde dubbele pagina is een algemene pagina over de Voedselbank. Hierbij is de foto rechts helemaal zichtbaar (zonder balk eroverheen).

thin crust white pizza

4.5 tablespoons unsweetened cocoa powder
3/4 cup cake flour (97.5 grams)
1/4 teaspoon salt
1/2 teaspoon baking soda
1/8 teaspoon baking powder
3/4 cup granulated sugar
1 large egg, room temperature
1/4 cup strong coffee (or water)
1/4 cup whole or low-fat milk
1 tablespoon Kahlua
1/4 cup white chocolate chips

na
hoofd
voor

Heat 4 tablespoons olive oil in small nonstick skillet over medium high heat. When hot, add onions and cook until translucent, 3 to 4 minutes. Add wine, Marsala, bay leaf, 1 teaspoon pepper and 1/2 teaspoon salt. Heat to a boil, then simmer until most of liquid evaporates, 9 to 10 minutes. Discard bay leaf. Transfer to a plate and refrigerate until cold. Gently but thoroughly combine ground beef,, chilled onion mixture, egg, bread crumbs, cheese, parsley and chopped basil. Form into meatballs. Cover with plastic wrap and refrigerate up to several hours. Sauté chopped bacon until fat is rendered and bacon crisp and remove. Saute meatballs in the bacon fat until cooked through and remove.

TIP

Heat 4 tablespoons olive oil in small nonstick skillet over medium high heat. When hot, add onions and cook until translucent, 3 to 4 minutes.

5

Figuur 2.3.7: Concept 3.1

Figuur 2.3.8: Concept 3.2

Jamie Oliver is a phenomenon in the world of food. He is one of the world's best-loved television personalities and one of Britain's most famous exports. Jamie has had huge success with television series The Naked Chef (BBC), Jamie's Kitchen, Jamie's School Dinners, Jamie's Great Italian Escape, Return to School Dinners, Jamie's Chef, Jamie at Home , Jamie's Ministry of Food , Jamie Does.... and more recently Jamie's 30 Minute Meals and the Emmy Award-winning Jamie's Food Revolution (ABC), as well as the one-off specials Jamie's Fowl Dinners, Eat To Save Your Life, Jamie Saves Our Bacon and Jamie's Fish Suppers (all for Channel 4).

Jamie has inspired people to spend more time enjoying being in the kitchen – and even start growing their own food! His programmes have now been broadcast in over 100 countries including the USA, Australia, South Africa, Brazil, Japan and Iceland. Having been translated into over 30 languages, the accompanying cookbooks are bestsellers not only in the UK but across the world.

jamie oliver

Still in the UK, look out for the second series of 30-Minute Meals.

Name: Jamie Oliver

Occupation: lorem ipsem

Lorem: Ipsem

Tips:
1. lorem ipsem
2. lorem ipsem

Recipes:
1. Sicilian Meatballs, p5
2. Kahlua Tart, p61

6

Figuur 2.3.9: Concept 3.3

Concept 3

Bij dit concept zijn de pagina's staand, op A5-formaat. Er is hierbij gevarieerd met de achtergrondkleur, deze is op de ene pagina lichtgrijs met een groen vakje en op de andere twee pagina's is de kleurstelling andersom. Op alle drie de dubbele pagina's staat het paginanummer op slechts één pagina, namelijk degene zonder zwart kader (en in het laatste geval op de rechterpagina omdat hier meer plaats was).

De eerste dubbele pagina is een receptpagina. Hierbij is gebruik gemaakt van een soort tabbladen om aan te geven of het om een voor-, hoofd-, of nagerecht gaat. De 'extra tip' is hier direct onder de bereidingswijze geplaatst, dus niet in bijvoorbeeld een apart kader.

De tweede is een pagina voor een interview / restaurant. Hier staat wat algemene info in hetzelfde kader waar op de vorige pagina de ingrediënten stonden. Ook is er ruimte voor een quote.

De derde is weer een algemene pagina.

3 uitwerking

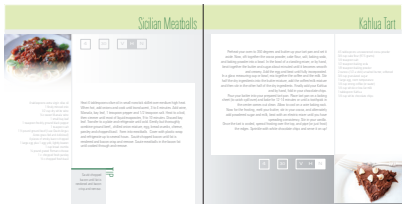
3.1 Feedback concepten

Om te peilen wat de vrijwilligers bij de Voedselbank van de concepten vonden en wat zij graag zouden zien in het boekje qua vormgeving, is een vragenlijst opgesteld. Aan de hand van de antwoorden op deze vragen is er een eindconcept vormgegeven.

Na het maken van drie sfeerconcepten, zijn deze concepten voorgelegd aan een aantal mensen bij de Voedselbank: Marc Lohman, Dieuwke van Wijk, Ria van Veen en Inge Stegeman. Hierbij is een vragenlijst gegeven:

1. Kunt u drie steekwoorden noemen die bij u opkomen bij het zien van Concept1?
2. Wat vindt u het mooiste aspect van Concept1?
3. Wat vindt u het minst mooie aspect van Concept1?
4. Kunt u drie steekwoorden noemen die bij u opkomen bij het zien van Concept2?
5. Wat vindt u het mooiste aspect van Concept2?
6. Wat vindt u het minst mooie aspect van Concept2?
7. Kunt u drie steekwoorden noemen die bij u opkomen bij het zien van Concept3?
8. Wat vindt u het mooiste aspect van Concept3?
9. Wat vindt u het minst mooie aspect van Concept3?
10. Welk concept vindt u het beste passen bij de Voedselbank en door welke aspecten is dit?
11. Welk concept vindt u het minst goed passen bij de Voedselbank en door welke aspecten is dit?

Van de resultaten van deze vragenlijst is een tabel gemaakt, met per concept de steekwoorden, mooiste en minst mooie aspecten en kruisjes wat men het beste en slechtste concept vond. Hierbij zijn de antwoorden van alle vier ondervraagden verwerkt in één tabel. Hierdoor kan het voorkomen dat er in de tabel tegenstrijdigheden staan, omdat de meningen over de concepten nogal verschillend waren.

			
	Concept 1	Concept 2	Concept 3
Steekwoorden	Prettig, rustig, evenwichtig, rust, chique, zacht, zakelijk, druk, informatief, saai, vlak, onoverzichtelijk	Afwisselend, kleurig, kleurrijk, duidelijke tekst, kleurig, energiek, open, even wennen, nogal onrustig, onoverzichtelijk	Strak (2x), modern, duidelijk, niet mooi, somber, onaantrekkelijk, donker (2x), hard, hoekig
Mooiste aspecten	Rustig (3x), mooie icoontjes, bescheiden en niet te uitbundige vormgeving	Heldere kleuren, afwisseling, vrolijke uitstraling, duidelijk, aspecten ondersteunen elkaar, icoontjes	Mooi afgebakend, overzichtelijk, typografie
Minst mooie aspecten	Kleine illustraties, saai, geen directe link met VB, fade-out effect tussen tekst en foto's	Tekst over foto's, strepen door foto's, druk, balken storen en komen geforceerd over	Zwarte kaders, veel zwart, teksten vallen niet meer zo op, teveel contrast
Beste concept	x	xx	x
Slechtste concept	x	x	xx

Zie bijlage C voor de ingevulde vragenlijsten.

3.2 Eindconcept

In dit hoofdstuk wordt uiteengezet hoe, aan de hand van de eerder verkregen feedback, het eindconcept is opgesteld en hoe deze ontstaan uit is uit de drie concepten. Ten slotte wordt het eindconcept getoond.

Wat direct opvalt aan de inhoud van de tabel, is dat de antwoorden niet overeenstemmen. Zo wordt soms Concept 1 door persoon A 'rustig' genoemd, terwijl persoon B juist 'druk' als steekwoord geeft. Hieruit blijkt dat de vormgeving van het eindconcept sowieso een compromis zal moeten zijn, omdat er geen rekening gehouden kan worden met de grafische voorkeuren van alle mensen.

Op basis van deze gegevens is er besloten Concept 2 als uitgangspunt te nemen voor het eindconcept, omdat twee van de vier mensen dit het beste concept vonden. Dit is gecombineerd met de positieve aspecten van de twee andere concepten. Ook zijn de negatieve aspecten van dit concept verbeterd en de negatieve aspecten van de andere concepten in acht genomen. Er is dus hierdoor gekozen voor een vierkant boekje, waarvan de afmetingen 150 x 150 mm bedragen. Dit is ongeveer de lengte van de korte zijde van een A5. Op deze manier blijft het een klein en handzaam boekje om makkelijk even mee te pakken.

In het eindconcept is de rust die Concept 1 uitstraalde gebruikt om het geheel wat minder druk te maken. Dit is gedaan door de achtergrondkleur van de pagina telkens gelijk te houden. Om meer rust te creëren zijn ook de lijn onderaan de pagina en de blokjes met paginanummers kleiner gemaakt. Hierdoor vallen deze elementen minder op en ziet het er rustiger en ook overzichtelijker uit.

Om toch de afwisseling te behouden die door de meeste mensen als positief werd ervaren, komt er een kleur uit de foto terug in de balkjes en blokjes met paginanummers. Door één van de vrijwilligers werd ook genoemd dat dit het effect van het eten op de foto versterkt, waardoor de lezer meer zin krijgt in het gerecht.

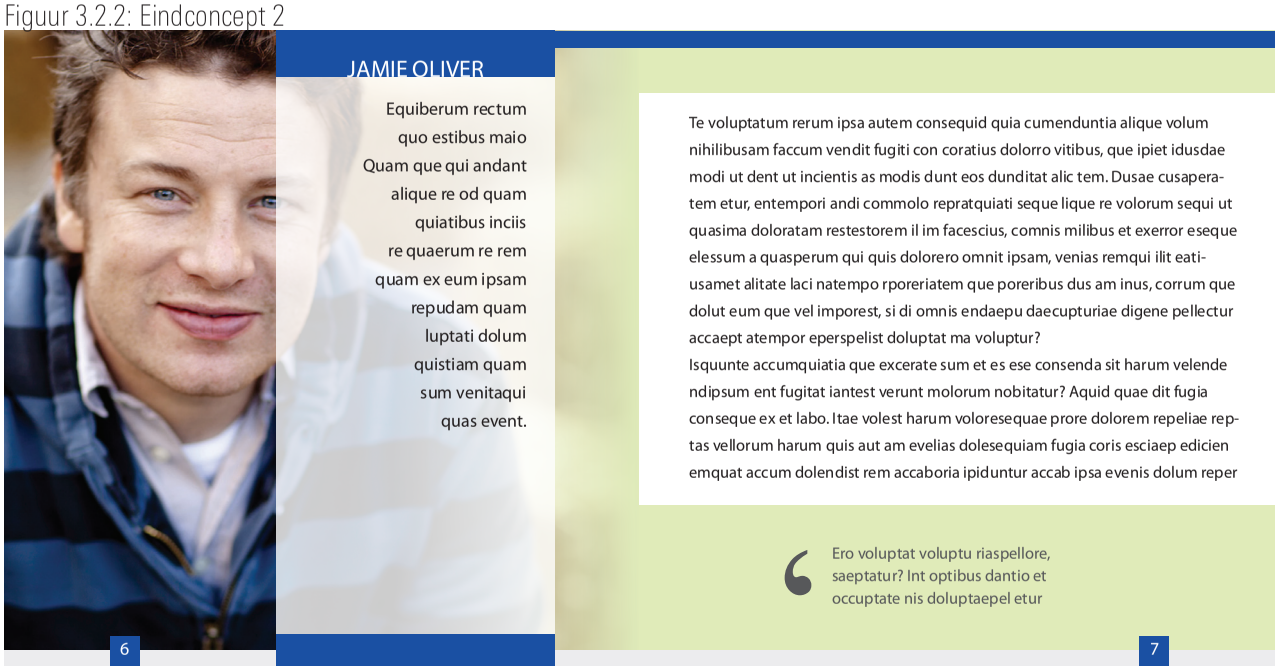
Daarnaast werd bij Concept 3 genoemd dat het contrast dat aanwezig is tussen het zwart en het wit te groot is, dit kan hard overkomen en de zin in eten verminderen. In Concept 2 was ook op meerdere plaatsen een zwart-wit contrast aanwezig. Dit is wat zachter gemaakt door het zwart te vervangen door een kleur uit de foto, zoals eerder genoemd.

Bij Concept 1 werd genoemd dat de link miste met de Voedselbank. Deze link is (blijkbaar) belangrijk, dus er is getracht dit duidelijk terug te laten komen in het eindconcept, door de kleur groen als vaste achtergrondkleur te gebruiken.

In onderstaande afbeeldingen is het eindconcept te zien. Hierbij zijn, net als bij de drie concepten, drie dubbele pagina's gemaakt. De eerste dubbele pagina toont de opmaak zoals die gebruikt zal worden bij een recept. De tweede dubbele pagina toont de opmaak voor informatie over een bekende Enschedeër of een restaurant. De laatste toont de opmaak voor een algemene pagina, met bijvoorbeeld informatie over de Voedselbank Enschede.

Figuur 3.2.1: Eindconcept 1

Figuur 3.2.2: Eindconcept 2



Figuur 3.2.3: Eindconcept 3

Voor- en achterkant

Nadat deze drie binnenpagina's waren goedgekeurd door de Voedselbank is hier, in dezelfde stijl, een voorkant bij ontworpen. Er is gekozen om een aantal vormgevingsaspecten van de binnenpagina's terug te laten komen op de voorkant. Zo komt de kleur groen terug op de binnenpagina's. De kleur oranje is een kleur die voorkomt in de foto van het eten. Het balkje met tekst erin ('De Voedselbank) is ook toegepast. Op sommige binnenpagina's is gebruik gemaakt van een witte transparante kolom met tekst, over de foto geplaatst. Dat is ook toegepast op de voorkant. Tot slot zijn de balken boven- en onderaan de pagina (respectievelijk oranje en lichtgrijs) ook overgenomen van de binnenpagina's.

Er is ook een achterkant gemaakt, die aansluit bij de voorkant. Hierop zijn de balken doorgetrokken. In het midden is ruimte voor een beschrijvende tekst.

Figuur 3.2.4: Eindconcept voorkant

Figuur 3.2.5: Eindconcept achterkant

Bij het eindconcept zijn op de voorkant en op de receptenpagina foto's geplaatst die gemaakt zijn door de fotograaf die ook de foto's zal maken voor het kookboek.

Zie bijlage I, helemaal achteraan, voor een afdruk van het kookboek op ware grootte.

3.3 Financiën en verspreiding

In dit hoofdstuk wordt ingegaan op de mogelijkheden om de uitgave van het boek te financieren en te verspreiden. Hiervoor worden ook de globale kosten in kaart gebracht.

Mogelijke opbrengsten

Mogelijkheden voor financiering:

- Bijdrage van een drukker (bijvoorbeeld gratis drukken, deel van de drukkosten vergoeden)
- Restaurants/instellingen kopen een x aantal en delen deze uit
- Restaurants/instellingen verkopen een x aantal in hun restaurant/instelling
- Boekhandels en/of andere winkels verkopen een x aantal in hun winkel
- Algemene sponsoring

Financiële mogelijkheden voor sponsoren (eventueel een combinatie van opties):

- Dubbele pagina met foto('s), liefst in combinatie met een recept of meerdere recepten op de volgende pagina. Op de dubbele pagina kan informatie over het restaurant, gecombineerd met bijvoorbeeld tips voor goedkoper eten
- Alleen een recept, met de naam van het restaurant erbij
- Persoonlijke voorkant
- Naam in colofon

Mogelijkheden voor verspreiding:

- Verkopen aan restaurants/instellingen die de boeken uitdelen
- Via boekhandels en/of andere winkels verkopen
- Uitdelen aan cliënten bij Voedselbank
- Verkopen en/of uitdelen bij evenementen zoals Proefeet

Er zijn een aantal brieven opgesteld waarin in het kort het project uitgelegd wordt. Deze brieven zullen dienen om bijvoorbeeld restaurants te informeren over het project en te vragen om een bijdrage, bijvoorbeeld in de vorm van een recept, te leveren Er zijn drie versies van deze brieven:

1. Algemeen: kan bijvoorbeeld gestuurd worden naar potentiële sponsoren of wanneer er iemand geïnformeerd wil worden over het project
2. Restaurants – aanleveren recept: algemene informatie met daarbij de vraag of het restaurant een recept aan wil leveren. Hier zijn twee bijlages bijgevoegd: één met een ingrediëntenlijst (ingrediënten die vaker in de voedselpakketten zitten) om recepten mee te maken en één met mogelijkheden voor het restaurant betreft de eventuele verspreiding en sponsoring (zie ook eerder op deze pagina)
3. Overig – aanleveren recept: algemene informatie met daarbij de vraag of de persoon een recept aan wil leveren. Hier is één bijlage bijgevoegd: de ingrediëntenlijst

Zie bijlage D voor de informatiebrieven.

Geschatte kosten

Er hoeft alleen rekening gehouden te worden met drukkosten. Het werk dat gedaan wordt om het kookboek te ontwikkelen is op vrijwillige basis. Er is bij enkele drukkerijen in Enschede een offerte aangevraagd, om alvast een schatting te kunnen maken van de drukkosten. Hierbij zijn de volgende specificaties opgegeven:

- Formaat: vierkant, 150 x 150 mm
- Dubbelzijdig full colour
- Ongeveer 50 pagina's: uitgaande van 20 recepten, 2 pagina's per recept en nog wat algemene pagina's met tips en informatie
- Iets dikker papier voor de voor- en achterkant
- Oplage 1000 of 2000: de inschatting is gemaakt dat er minimaal 1000 gedrukt kunnen worden, afhankelijk van de interesse en financiering oplopend tot 2000
- Lijmen of wire-o als inbindwijze, zie Figuur 3.3.1 en Figuur 3.3.2

Figuur 3.3.1: Lijmen

In onderstaande tabellen zijn de prijzen weergegeven van twee drukkerijen (NetzoDruk en Bodo Repro) in Enschede, waarbij bovenstaande specificaties zijn doorgegeven.

NetzoDruk Enschede: prijzen exclusief btw

	Oplage 1000	Oplage 2000
Lijmen	€ 2.469,00	€ 2.919,00
Wire-o	€ 2.589,00	€ 3.579,00

Zie bijlage E voor de complete offerte.

Figuur 3.3.2: Wire-o

Bodo Repro Enschede: prijzen exclusief btw

	Oplage 1000	Oplage 2000
Lijmen	€ 1.999,00	€ 2.599,00
Wire-o	€ 2.099,00	€ 2.999,00

Zie bijlage F voor de complete offerte.

Er is vanuit de Voedselbank voor gekozen om eerst verder contact te leggen en mogelijkheden te bespreken met NetzoDruk, omdat met NetzoDruk al eerder samengewerkt is. Uit een eerste gesprek kwam naar voren dat NetzoDruk open staat voor samenwerking in dit project, waarschijnlijk door tegen gereduceerd tarief te drukken. Op basis van dit gesprek is er besloten om verder te gaan met NetzoDruk.

3.4 Afwerking

In het vorige hoofdstuk is een grove prijsindicatie gegeven voor de productie van het kookboek. Om deze kosten verder te specificeren worden in dit hoofdstuk de verschillende opties voor de afwerking genoemd. Bijvoorbeeld de keuze van het papier en de manier van inbinden.

Er zijn meerdere opties bedacht om het boekje af te werken. Er waren al de opties om te lijmen of te kiezen voor een wire-o binding. Daarnaast zijn er een aantal toevoegingen bedacht die het boek aantrekkelijker kunnen maken. Per optie zijn kort de voor- en nadelen uiteengezet. Deze opties zijn ook besproken met NetzoDruk.

Inbinden

Lijmen

Lijmen is iets goedkoper dan een wire-o binding, dit blijkt uit de offertes van Bodo Repro en NetzoDruk. NetzoDruk gaf aan als nadeel dat een boekje van 150 x 150 mm niet open blijft liggen wanneer deze gelijmd wordt. Dit is bij een kookboek een relatief groot nadeel, omdat het hierbij belangrijk is dat het boek op een bepaalde pagina blijft liggen als je het recept van de betreffende pagina aan het maken bent.

Door de vrijwilligers bij de Voedselbank werd aangegeven dat zij een gelijmd boekje mooier vinden dan een boekje met een wire-o binding.

Wire-o

Het grootste voordeel van wire-o is al genoemd: het boek blijft open liggen. De nadelen zijn de iets hogere prijs en het feit dat deze manier van inbinden minder mooi wordt gevonden door de vrijwilligers bij de Voedselbank.

Kartonnen omslag om wire-o (meerprijs A)

Om de minder mooie uitstraling te verbergen is er de optie om een kartonnen omslag te maken die de wire-o binding verbergt. Deze kan aan de wire-o binding vastgemaakt worden en om het hele boek heen gevouwen worden. Deze kartonnen omslag moet vanwege het formaat in offset gedrukt worden, dus het wordt heel erg duur om hiermee verschillende (gepersonaliseerde) voorkanten te maken.

Personaliseren voor restaurants

In het hoofdstuk 'Financiën en verspreiding' werd al genoemd dat de mogelijkheid geboden zal worden aan restaurants om de voorkanten van de boekjes die zij zullen uitdelen te personaliseren. Hiervoor zijn meerdere opties:

Naam restaurant op voorkant (meerprijs B)

Bij deze optie kan er een standaard 'neutrale' voorkant gemaakt worden. De naam en/of het logo van een restaurant kunnen dan toegevoegd worden op een lege plek, wanneer een restaurant van deze optie gebruik wil maken. Hierbij moet er wel rekening gehouden worden met het feit dat de gepersonaliseerde voorkanten niet in offset geprint worden. Dit is wel mogelijk, maar dan moet er voor iedere voorkant een nieuwe plaat gemaakt worden en dit is relatief duur. Vanwege de oplage (1000 of 2000) is offset drukken voordeliger dan digitaal drukken, mits alle exemplaren gelijk zijn. Het is wel een idee om de standaard voorkant in offset te drukken en wanneer een restaurant een eigen voorkant wil, deze apart digitaal te drukken. Zie Figuur 3.4.1 voor de standaard voorkant en Figuur 3.4.2 voor de voorkant waar een restaurantnaam is toegevoegd.

Bedrukte transparante sheet (meerprijs C)

Hierbij kan eveneens een standaard voorkant gemaakt worden. Hiervoor kan dan een transparante sheet geplaatst worden, met daarop bijvoorbeeld de naam of het logo van een restaurant. Zie wederom Figuur 3.4.1 en Figuur 3.4.2.

Figuur 3.4.1: De standaard voorkant

Figuur 3.4.2: De standaard voorkant met naam restaurant

Losse omslag (meerprijs D)

Hierbij wordt er een losse omslag gemaakt, die om het boek gevouwen kan worden aan de hand van twee flapjes. Dit wordt ook vaak toegepast bij boeken met een harde kaft, waar vervolgens nog een losse omslag omheen gevouwen wordt. Dit formaat kan wel digitaal geprint worden (in tegenstelling tot het omslag dat aan de wire-o wordt vastgemaakt), dus deze kan wel gepersonaliseerd worden.

Papiersoort

De papiersoort is een belangrijk aspect van het kookboek. Deze bepaalt namelijk een groot deel van de uitstraling. Er is voor gekozen om niet het standaard 'printerpapier' te gebruiken. Bij NetzoDruk bleven er twee papiersoorten over die geschikt zouden kunnen zijn, namelijk de ProDigital Silk en de ProDigital Gloss. Deze papiersoorten zijn allebei wat glanzender dan het standaardpapier.

Dit heeft als voordeel dat het geheel niet alleen een professionelere uitstraling krijgt, maar dit is ook in de praktijk handig bij gebruik van het kookboek in de keuken. Er is uiteindelijk, in overleg met de Voedselbank en NetzoDruk, gekozen om de 150 grams ProDigital Silk te gebruiken. Voor de omslag wordt ook dit type papier gebruikt, maar dan 250 grams. Zie bijlage G voor een staaltje van het ProDigital Silk 150 papier.

Prijzen

De verschillende opties zijn overlegd met NetzoDruk. Er is een nieuwe offerte opgesteld, waarin de volgende prijzen (exclusief btw) naar voren komen:

		Oplage 300	Oplage 1000	Oplage 2000
Lijmen			€ 2.725,00	€ 3.325,00
Wire-o			€ 2.745,00	€ 3.835,00
	Meerprijs A		€ 250,00	€ 350,00
	Meerprijs B	€ 155,00	€ 265,00	€ 425,00
	Meerprijs C	€ 175,00	€ 345,00	€ 595,00
	Meerprijs D	€ 185,00	€ 435,00	€ 675,00

Meerprijs A is de meerprijs voor een kartonnen omslag die aan de wire-o vastzit. Hierbij geldt dat 1000 kartonnen omslagen een meerprijs van € 250,- opleveren, waarbij al deze omslagen hetzelfde dienen te zijn. Wanneer hierbinnen verschillende omslagen gemaakt worden, kost dit meer omdat er dan nieuwe platen gemaakt moeten worden voor het offset drukken. Meerprijs B is de meerprijs voor een gepersonaliseerde voorkant, dus bijvoorbeeld de naam van het restaurant erbij. Deze voorkanten worden dan digitaal gedrukt, zodat er verschillende versies gemaakt kunnen worden. Meerprijs C de meerprijs voor de bedrukte transparante sheet. Ten slotte is meerprijs D de meerprijs voor een losse omslag. Deze wordt ook digitaal gedrukt en kunnen dus ook gepersonaliseerd worden. Alle meerprijzen zijn prijzen die bovenop de gegeven prijzen voor wire-o binding komen. Zie bijlage H voor de complete offerte.

De uiteindelijke keuze voor de afwerking zal pas gemaakt kunnen worden wanneer bekend is of er restaurants mee willen werken aan de verspreiding, en zo ja, hoeveel, op welke manier etc. Ook is het van belang te weten hoeveel geld er beschikbaar is, op basis hiervan kan gekozen worden voor een goedkope of relatief dure variant.

Conclusies & aanbevelingen

Conclusies

Het doel van de opdracht was om een kookboek vorm te geven dat de Voedselbank Enschede uit kan delen aan haar cliënten, maar ook als relatiegeschenk kan gebruiken. Daarnaast was het de bedoeling dat het kookboek ook verkocht kan worden in bijvoorbeeld restaurants. Dit alles om de cliënten ideeën te geven om lekker te koken, maar ook om de Voedselbank onder de aandacht te brengen en eventueel financiële steun te verkrijgen.

Voor de vormgeving van het kookboek zijn een aantal richtlijnen opgesteld (zie het hoofdstuk 'Richtlijnen'). Hieronder worden deze richtlijnen nogmaals uiteengezet en wordt geconstateerd in hoeverre aan deze richtlijnen voldaan is.

De kleur groen is typerend voor de Voedselbank en komt dan ook op iedere pagina terug als achtergrondkleur. Ook komt de kleur terug op de voor- en achterkant. Op de receptenpagina's is plaats voor een foto van het betreffende gerecht. Er zijn nog geen recepten en dus ook nog geen foto's, maar er is rekening mee gehouden in de vormgeving. De uitstraling is vrij neutraal. Modern, maar niet al te strak. Het is geen uitgesproken stijl die door maar weinig mensen aantrekkelijk wordt geacht. De vormgeving sluit aan bij eerdere publicaties van de Voedselbank. Het stramien is flexibel wat betreft de invulling van de teksten. De bedoeling is dat de horizontale balk met tekst op een pagina kan variëren in hoogte en op deze manier aan te passen is aan de hoeveelheid tekst. Er is geen rekening gehouden met verschillende formaten foto's. Maar omdat nu vooraf bekend is dat er vierkante foto's gebruikt zullen worden, kan de fotograaf die toegezegd heeft de foto's te zullen maken, hier rekening mee houden. Op alle pagina's is ruimte (mits de hoeveelheid hoofdtekst dit toelaat) om tips of quotes te plaatsen. Deze tips of quotes vallen buiten de balk voor de hoofdtekst. Het geheel is duidelijk en simpel gepresenteerd. Er is een vaste indeling op de pagina's. Daarnaast is de regelafstand relatief groot om de leesbaarheid te bevorderen.

Er is nagedacht over de verspreiding van het kookboek via restaurants. Hiervoor zijn een aantal opties bedacht waardoor het aantrekkelijker wordt voor een restaurant om het boek te kopen en uit te delen aan klanten in hun restaurant. Daarnaast is er ook aandacht besteed aan de financiering van het project. Hiervoor is contact geweest met een drukker en zijn er een aantal voorstellen gedaan voor de afwerking van het boek. Hierbij zijn ook de opties voor restaurants (bijvoorbeeld naam op omslag) van belang. Om de aanlevering van recepten, de financiering en de verspreiding in banen te leiden is een aantal brieven opgesteld om betrokkenen te informeren.

Aanbevelingen

Het kookboek is nog niet gedrukt en uitgegeven. Het project is wel zover dat er recepten verzameld kunnen worden en mensen benaderd kunnen worden met de vraag of zij mee willen werken aan het project. Het ontwerp van een aantal binnenpagina's en het omslag kunnen ook gebruikt worden om mensen een beeld te geven van het project en letterlijk een beeld van hoe het kookboek eruit zal gaan zien. Daarnaast is er een fotograaf (in opleiding) die toegezegd heeft om de foto's voor het kookboek te verzorgen.

De opgestelde informatiebrieven kunnen gebruikt worden om de restaurants en individuen te benaderen. Als de recepten verzameld zijn en er bekend is hoeveel er gesponsord wordt, kan gekeken worden welke afwerking (zie het hoofdstuk 'Afwerking') er toegepast zal worden. Als er bijvoorbeeld geen enkel restaurant is dat een gepersonaliseerde voorkant wil, hoeft hier geen rekening mee gehouden te worden. Als er dan ook nog eens relatief veel geld binnenkomt, kan er gekozen worden om voor de wire-o binding te gaan met daaromheen een kartonnen omslag.

Reflectie

Van tevoren had ik een globaal Plan van Aanpak opgesteld voor de werkzaamheden tijdens deze bacheloropdracht. Zij bijlage B. Nog niet alles had ik gedetailleerd vastgelegd, omdat veel dingen ook afhankelijk van elkaar zouden zijn.

In de vraagstelling kwamen de volgende vragen naar voren:
1. Wat zijn de kenmerken van vergelijkbare boeken?
2. Wat zijn de eigenschappen en wensen van de doelgroep?
3. Op welke manier gaat het kookboek (globaal) op de markt gebracht worden?
4. Welke concepten kunnen er opgesteld worden?
5. Welk eindconcept is het beste concept om het doel te behalen?
6. Welke marketingstrategie zal worden toegepast?

Eigenlijk heb ik alleen vraag 2 iets minder uitgebreid beantwoord dan van tevoren gepland. Het plan was om mensen te ondervragen om er zo achter te komen welke wensen zij hebben voor de vormgeving van het kookboek. Ik ben er echter vanuit gegaan dat het kookboek voor een brede groep mensen interessant moet zijn, daar heb ik in de vormgeving van de concepten dan ook rekening mee gehouden. Het leek mij niet nuttig om mensen van tevoren te vragen naar hun smaak, dit is in de praktijk ook lastig uitvoerbaar (mensen vragen 'wat vind je mooi?' levert waarschijnlijk weinig nuttige informatie op). Daarom is ervoor gekozen om eerst concepten op te stellen en daar vervolgens feedback op te vragen, zodat mensen concreet hun mening ergens over konden geven.

Ook heb ik een iets andere volgorde toegepast in mijn verslag. Zo heb ik eerst het vooronderzoek, de concepten en het eindconcept geplaatst, gevolgd door financiën, verspreiding en afwerking. Met deze laatste hoofdstukken ben ik wel tegelijk met de concepten bezig geweest, omdat het vaak voor kwam dat het één invloed had op het ander en vice versa. In het verslag heb ik er bewust voor gekozen dit achter elkaar te plaatsen.

Tot slot ben ik iets uitgelopen ten opzichte van de planning die ik van tevoren gemaakt had. Dit komt vooral doordat de vakken die ik erbij deed en doe uiteindelijk meer tijd kostten dan ik ingeschat had. Daarnaast had ik wat moeite om op gang te komen met de opdracht en heeft mijn perfectionistische aard ook niet altijd meegewerkt.

Literatuur

Voedselbanken Nederland (z.d.). HOME, http://www.voedselbankennederland.nl, geraadpleegd op 27 mei 2011.

Isala klinieken (z.d.). Over Isala, http://www.isala.nl/overisala/Pages/default.aspx, geraadpleegd op 27 mei 2011.

Herkomst illustraties

Voorkant: http://sustainablehearts.files.wordpress.com/2010/01/food-basket2.jpg, geraadpleegd op 13 juni 2011.

Figuur 3.3.1: http://www.printcenternieuwegein.nl/images/garenloos_soft.png, geraadpleegd op 13 juni 2011.

Figuur 3.3.2: http://www.printcenternieuwegein.nl/images/wire-o.png, geraadpleegd op 13 juni 2011.

bijlagen

A. Opdrachtsomschrijving

Dit is de opdracht zoals deze omschreven stond door de Voedselbank op de blackboard website van de Bacheloropdracht.

Bacheloropdracht Stichting Voedselbank Enschede

De Stichting Voedselbank Enschede wil een "kookboek" samenstellen, dat geschikt is als relatiegeschenk en om te verkopen. Het is het eerste in zijn soort in Nederland, een primeur dus.
De bachelorstudent die de opdracht bij ons uitvoert, zal de samenstelling van dit kookboek van begin tot einde verzorgen.
De nadruk van de werkzaamheden ligt vooral op:
de samenstelling, opzet, redactie en vormgeving van het kookboek. Mogelijke ideëen daarvoor zijn reeds beschikbaar (uit de opdracht bij het tweedejaars-college Grafische Vormgeving (Typografie) 2009/2010).

Daarnaast zullen de werkzaamheden bestaan uit:

- het verzamelen van de recepten voor dit kookboek, die geïnspireerd moeten zijn op de wekelijks verstrekte voedselpakketten. Gedacht wordt daarbij aan het benaderen van cliënten van de Voedselbank, bekende Enschedeërs, vrij-willigers, sponsors en subsidieverstrekkers;
- het benaderen van uitgevers, drukkerijen e.d. voor sponsoring en de feite-lijke druk en uitgave van het boekje. Contacten die de Voedselbank al heeft, kunnen hierbij helpen.

De streefdatum voor de lancering met persmoment van het kookboek is zomer 2010. Begeleiding vanuit de Voedselbank wordt verzorgd door Marc Lohman en Inge Stegeman. Een werkplek is beschikbaar op de Voedselbank Enschede. De Voedselbank Enschede is een vrijwilligersorganisatie en afhankelijk van subsi-dies en donaties. Het is daarom niet mogelijk een vergoeding te verstrekken. Meer algemene informatie staat op www.voedselbankenschede.nl.
Voor nadere informatie kunt u zich wenden tot Inge Stegeman, bestuurslid PR en communicatie van de Voedselbank Enschede. ingestegeman@home.nl, tel. 06-42220208.

B. Plan van Aanpak

Op de volgende pagina's is het Plan van Aanpak te vinden zoals dit geschreven is voor aanvang van de opdracht.

Conceptueel ontwerp

Actoranalyse

Het doel van Stichting Voedselbank in Enschede is het verschaffen van voedselhulp aan mensen die met hun inkomen onder het bestaansminimum zitten, dat door de Stichting Voedselbanken Nederland is vastgesteld. Het tweede doel van de Voedselbank is het tegengaan van verspilling van voedsel. De actor draait op basis van vrijwilligers en heeft dan ook geen winstoogmerk.

De actor wil graag een kookboek op de markt brengen, waarin recepten zijn opgenomen die ingrediënten bevatten die (regelmatig) in de voedselpakketten zitten. Er is vastgesteld dat de afnemers van de voedselpakketten soms niet weten wat zij met bepaalde ingrediënten kunnen (bijvoorbeeld kokosmelk) en daaruit is het idee ontstaan om deze mensen te helpen hiermee toch een maaltijd te bereiden.

Projectkader

Het eerste doel van de opdrachtgever is het informeren van de afnemers van voedselpakketten. De reden hiervoor is dat veel mensen bepaalde ingrediënten uit het voedselpakket niet gebruiken, en soms zelfs niet eens mee naar huis nemen omdat ze niet weten wat ze ermee kunnen maken. Dit is een 'gemiste kans' voor de afnemers van de pakketten. De mensen weten soms niet wat ze met het eten moeten, de opdrachtgever wil dat mensen alles gebruiken en er creatief mee omgaan en ideeën krijgen.

Daarnaast wil de opdrachtgever de boekjes ook toegankelijk maken voor andere mensen (dus niet de afnemers van de pakketten), om op deze manier aandacht te krijgen voor de stichting en eventueel geld in te zamelen om de werkzaamheden te kunnen (blijven) financieren (bijvoorbeeld de financiering van een pand).

De oorzaak van het probleem genoemd in de eerste alinea van de doelstelling ligt volgens de opdrachtgever in het feit dat de afnemers van de voedselpakketten weinig kennis hebben met betrekking tot het bereiden van (ingewikkelde) maaltijden. Wanneer er dan een ingrediënt in het voedselpakket zit dat zij niet kennen, gebruiken ze het niet.

De stichting ziet de oplossing voor het probleem in het op de markt brengen van een kookboek. Hiermee kunnen de afnemers van de pakketten geïnformeerd worden over mogelijkheden van bepaald voedsel en kan op deze manier verspilling van voedsel voorkomen worden.

De concurrentie wordt in deze situatie gevormd door kookboeken die reeds op de markt zijn of binnenkort op de markt komen. Niet alle kookboeken vallen in de categorie concurrentie, alleen de boeken die qua inhoud, vorm, grootte en prijsklasse ongeveer overeen komen met het te ontwikkelen kookboek voor de Voedselbank. Daarbij zijn misschien kookboeken die ook met een maatschappelijke boodschap (wat het geval zal worden met het boek van de Voedselbank) op de markt worden gebracht, extra grote concurrenten.

Doelstelling

Het doel van de opdracht is het creëren en op de markt brengen van een kookboek dat de afnemers van voedselpakketten helpt om de inhoud van een voedselpakket zo effectief mogelijk te benutten. Tevens dient het kookboek ervoor om andere mensen te interesseren voor het werk van de Voedselbank.

Dit zal gerealiseerd worden door onderzoek te doen naar vergelijkbare producten / boeken. Dit zal het concurrentie onderzoek vormen, maar ook zal hieruit

een globaal plan komen betreffende het op de markt brengen van het boek, en welke doelgroepen hierbij zullen worden aangesproken. Deze doelgroepen zullen ook bestudeerd worden. Vervolgens zal er gewerkt worden aan de inhoud van het boek, wat komt erin en waar komt deze informatie vandaan? Er zal aan de hand van alle opgedane kennis een lay-out ontworpen worden voor het boek. Wanneer er meer duidelijkheid is over de doelgroepen, inhoud en vormgeving van het boek, kan een gedetailleerde marketingstrategie opgesteld worden. Dit proces zal binnen een tijdsbestek van 3 à 4 maanden plaatsvinden.

Vraagstelling

1. Wat zijn de kenmerken van vergelijkbare boeken?
   Welke bestaande vergelijkbare boeken zijn reeds op de markt?
   Wat zijn de sterke punten van deze boeken?
   Wat zijn de zwakke punten van deze boeken?
   Voor welke doelgroep(en) zijn deze boeken bedoeld?
2. Wat zijn de eigenschappen en wensen van de doelgroep?
   Wat zijn de eigenschappen en wensen van de primaire doelgroep?
   Wat zijn de eigenschappen en wensen van de secundaire doelgroep?
3. Op welke manier gaat het kookboek (globaal) op de markt gebracht worden?
   Op welke manieren zijn vergelijkbare boeken op de markt gebracht?
   Welke mogelijkheden zijn er om het kookboek op de markt te brengen?
   Welke manier past het beste bij de stichting en het te behalen doel?
   Is het haalbaar om het boek op deze manier op de markt te brengen?
4. Welke concepten kunnen er opgesteld worden?
   Wat zal de opbouw van het boek zijn (bijvoorbeeld verhouding tekst – afbeeldingen)?
   Welke sfeer wil de Voedselbank overbrengen?
   Etc.
5. Welk eindconcept is het beste concept om het doel te behalen?
   Wat zijn de sterke punten van de verschillende concepten?
   Wat zijn de zwakke punten van de verschillende concepten?
6. Welke marketingstrategie zal worden toegepast?
   Voor welke prijs zal het boek verkocht worden?
   In welke oplage wordt het boek gedrukt?
   Etc.

Ik heb de deelvragen bij hoofdvraag 4 nog even gedeeltelijk opengelaten, evenals de deelvragen bij hoofdvraag 6. Dit zal te zijner tijd duidelijker worden.

Begripsbepaling

Primaire doelgroep = de afnemers van de voedselpakketten
Secundaire doelgroep = andere mensen die geïnteresseerd zijn in het kookboek en het (willen) kopen
Vergelijkbare boeken = reeds op de markt zijnde kookboeken of andere boeken, die op een manier vergelijkbaar zijn met het op de markt te brengen kookboek voor de Voedselbank (bijvoorbeeld inhoud, maatschappelijk doel, indeling, vorm, prijsklasse)

Technisch ontwerp

Strategie

Wat zijn de kenmerken van vergelijkbare boeken?

1. Welke bestaande vergelijkbare boeken zijn reeds op de markt?
   Een aantal dergelijke boeken zoeken en verzamelen (casestudy).
2. Wat zijn de sterke punten van deze boeken?
   Bestudering van deze boeken (casestudy), eventueel betrokken mensen benaderen om vragen te stellen.
3. Wat zijn de zwakke punten van deze boeken?
   Bestudering van deze boeken (casestudy), eventueel betrokken mensen benaderen om vragen te stellen.
4. Voor welke doelgroep(en) zijn deze boeken bedoeld?
   Bestudering van deze boeken (casestudy), eventueel betrokken mensen benaderen om vragen te stellen.

Wat zijn de eigenschappen en wensen van de doelgroep?

1. Wat zijn de eigenschappen en wensen van de primaire doelgroep?
   Ondervragen van betrokken personen bij de Voedselbank, ondervragen van afnemers van de voedselpakketten.
2. Wat zijn de eigenschappen en wensen van de secundaire doelgroep?
   Dit kan volgen uit de casestudy in vraag 1, waarbij er al gekeken wordt naar andere vergelijkbare boeken. De markt voor dit kookboek zal dezelfde zijn als de markt voor de boeken uit de casestudy. Eventueel een aantal mensen (willekeurig) vragen naar hun meningen.

Op welke manier gaat het kookboek (globaal) op de markt gebracht worden?

1. Op welke manieren zijn vergelijkbare boeken op de markt gebracht?
   Casestudy.
2. Welke mogelijkheden zijn er om het kookboek op de markt te brengen?
   Verschillende mogelijkheden volgend uit vraag 1, overleggen met Voedselbank of er nog andere mogelijkheden zijn.
3. Welke manier past het beste bij de stichting en het te behalen doel?
   Overleg met personen binnen de Voedselbank in combinatie met eerder verkregen onderzoeksresultaten, een keuze maken uit de verschillende opties.
4. Is het haalbaar om het boek op deze manier op de markt te brengen?
   Globale inschatting maken van de kosten (drukken en binden) en hoe deze gedekt kunnen worden, bekijken of op deze manier het doel behaald kan worden.

Welke concepten kunnen er opgesteld worden?

1. Wat zal de opbouw van het boek zijn (bijvoorbeeld verhouding tekst – afbeeldingen)?
   In overleg met de Voedselbank en naar eigen inzicht. Dit kan ook duidelijker worden wanneer ik zelf help bij het proces van het verzamelen van recepten (mensen benaderen, contacten onderhouden).
2. Welke sfeer wil de Voedselbank uitdragen (wat is het gewenste vormgevingsbeleid)?
   Bestuderen van de identiteit van de Voedselbank, welk imago heeft het en hoe kan dit het beste worden uitgedragen? Ook in overleg met betrokken personen bij de Voedselbank.
3. Etc.
   -

Welk eindconcept is het beste concept om het doel te behalen?

1. Wat zijn de sterke punten van de verschillende concepten?
   Lijst met belangrijke beoordelingscriteria opstellen en per concept kijken hoe het scoort op de verschillende punten.
2. Wat zijn de zwakke punten van de verschillende concepten?
   Lijst met belangrijke beoordelingscriteria opstellen en per concept kijken hoe het scoort op de verschillende punten.

Welke marketingstrategie zal worden toegepast?

1. Voor welke prijs zal het boek verkocht worden?
   Een economisch model opstellen (exacte kosten, verwachte afzet etc.). Aan de hand van dit model zullen zowel deelvraag 1 als 2 beantwoord kunnen worden, omdat alles van elkaar afhankelijk is.
2. In welke oplage wordt het boek gedrukt?
   Een economisch model opstellen (exacte kosten, verwachte afzet etc.). Aan de hand van dit model zullen zowel deelvraag 1 als 2 beantwoord kunnen worden, omdat alles van elkaar afhankelijk is.
3. Etc.
   -

Materiaal

		Strategie	Materiaal	Ontsluiting
1	1	Casestudy	Voor alle 4: boeken, gegevens op internet + eventueel personen	Voor alle 4: rondkijken in boekhandels en op internet + eventueel mensen benaderen die meegewerkt hebben aan deze boeken voor meer informatie (ondervraging)
	2	Casestudy		
	3	Casestudy		
	4	Casestudy		
2	1	Interview + observatie	Personen bij de Voedselbank + afnemers voedselpakketten	Ondervragen + ondervragen en observeren
	2	Gebruiksonderzoek (enquête / observatie)	Boeken die ook gebruikt zijn bij hoofdvraag 1 (voor observatie) + willekeurige personen	Zie hoofdvraag 1 + bekenden vragen of eventueel onbekende mensen aanspreken
3	1	Casestudy	Boeken (eventueel digitaal) die ook gebruikt zijn bij hoofdvraag 1 + personen betrokken bij deze boeken	Zie hoofdvraag 1
	2	Casestudy + overleg	Zelfde boeken + personen bij de Voedselbank	Zie hoofdvraag 1 + overleg
	3	Keuze	Personen bij de Voedselbank	Ondervragen, overleggen
	4	Inschatting haalbaarheid	Kosten en inkomsten	Contacten met externe organisaties (drukkers, maar ook potentiële sponsoren)
5	1	Conceptanalyse	Lijst met beoordelingscriteria	Onder andere in overleg met de Voedselbank
	2	Conceptanalyse	Lijst met beoordelingscriteria	Onder andere in overleg met de Voedselbank
6	1	Economisch model	Kosten en inkomsten en verwachte afzet + economische kennis	Contacten met externe organisaties + boeken, internet
	2	Economisch model	Kosten en inkomsten en verwachte afzet + economische kennis	Contacten met externe organisaties + boeken, internet
	3	-	-	-

Ik heb hierbij geen strategie, materiaal en ontsluiting weergegeven voor hoofdvraag 4. Deze vraagstelling had ik ook al gedeeltelijk onder voorbehoud opgesteld, en ik denk dat dit zich op het moment vanzelf wijst. Daarbij is het ontwikkelen van concepten een ingewikkeld proces dat naar mijn mening niet aan de hand van één bepaalde strategie uitgevoerd wordt, maar waarbij het creatieve proces ook een rol speelt.

Planning

Week 1 kan ik voor de helft gebruiken, week 2, 3 en 4 fulltime. Vanaf week 5 tot en met week 15 doe ik één vak erbij, waardoor ik één dag minder aan de bacheloropdracht kan werken. Deze 11 weken (doorlooptijd) komen dus neer op bijna 9 weken (werkelijk tijd). Week 1 tot en met 15 komen dus neer op een werkelijke tijd van 12 weken. Week 16 kan ik fulltime aan de opdracht werken. Vanaf week 17 doe ik een paar vakken, waarbij ik ongeveer 2 dagen aan de opdracht kan werken. Ik zal dan dus nog ongeveer 2 weken doorlooptijd nodig hebben. Theoretisch zou ik dan de opdracht in week 18 afronden. Ik heb voor de zekerheid een marge van 2 weken ingepland.
Zie de excelsheet voor de planning.

Knelpunten en oplossingen

Knelpunten	Oplossingen
Casestudy vergelijkbare boeken: betrokken personen niet bereikbaar	Het beperken tot bestudering, eventueel zoeken naar andere voorbeelden waarbij de betrokken personen wel bereikbaar zijn
Geldt eigenlijk tijdens het hele proces: moeilijk en/of vertraagd contact met de Voedselbank (bij veel punten is overleg of informatie nodig)	Iemand anders binnen de Voedselbank benaderen (mocht er te weinig tijd zijn), zoveel mogelijk zelf bedenken en later vragen, vast verdergaan met een ander onderdeel (bijvoorbeeld de verslaglegging)

C. Ingevulde vragenlijsten

Hieronder volgen de antwoorden op de vragenlijsten die opgesteld waren om feedback te krijgen op de vormgevingsconcepten.

Inge Stegeman

1. Kunt u drie steekwoorden noemen die bij u opkomen bij het zien van Concept1?
   Rust, sjiek, zacht.
2. Wat vindt u het mooiste aspect van Concept1?
   De rustige indeling.
3. Wat vindt u het minst mooie aspect van Concept1?
   Ik denk niet gelijk bij dit concept: Voedselbank.
4. Kunt u drie steekwoorden noemen die bij u opkomen bij het zien van Concept2?
   Onoverzichtelijk, kleurrijk, duidelijk tekst.
5. Wat vindt u het mooiste aspect van Concept2?
   De vrolijke uitstraling.
6. Wat vindt u het minst mooie aspect van Concept2?
   De drukte die het uitstraalt.
7. Kunt u drie steekwoorden noemen die bij u opkomen bij het zien van Concept3?
   Duidelijk, strak, donker.
8. Wat vindt u het mooiste aspect van Concept3?
   De overzichtelijkheid.
9. Wat vindt u het minst mooie aspect van Concept3?
   Teksten vallen niet meer zo op.
10. Welk concept vindt u het beste passen bij de Voedselbank en door welke aspecten is dit?
    Het laatste concept; door de duidelijkheid & kleuren. Pas op met teveel zwart.
11. Welk concept vindt u het minst goed passen bij de Voedselbank en door welke aspecten is dit?
    Het tweede concept, te druk en te weinig link met de Voedselbank.

Dieuwke van Wijk

1. Kunt u drie steekwoorden noemen die bij u opkomen bij het zien van Concept1?
   Beetje saai, vlak, onoverzichtelijk.
2. Wat vindt u het mooiste aspect van Concept1?
   rustig.
3. Wat vindt u het minst mooie aspect van Concept1?
   saai.
4. Kunt u drie steekwoorden noemen die bij u opkomen bij het zien van Concept2?
   Afwisselend, kleurig.
5. Wat vindt u het mooiste aspect van Concept2?
   afwisseling.
6. Wat vindt u het minst mooie aspect van Concept2?
   De strepen, waardoor de foto's onderbroken worden.
7. Kunt u drie steekwoorden noemen die bij u opkomen bij het zien van Concept3?
   Strak, modern, ..
8. Wat vindt u het mooiste aspect van Concept3?
   Mooi afgebakend.
9. Wat vindt u het minst mooie aspect van Concept3?
   Toch wel veel zwart ('rouwrandjes').
10. Welk concept vindt u het beste passen bij de Voedselbank en door welke aspecten is dit?
    Moeilijke vraag, misschien wel de tweede, vanwege de afwisseling: zo zijn onze cliënten en vrijwilligers ook :-)
11. Welk concept vindt u het minst goed passen bij de Voedselbank en door

welke aspecten is dit?
Ik denk het eerste: wat braaf. Er mag best wat pit in!

Marc Lohman

1. Kunt u drie steekwoorden noemen die bij u opkomen bij het zien van Concept1?
   Zakelijk druk informatief.
2. Wat vindt u het mooiste aspect van Concept1?
   Ik vind de icoontjes erg mooi, informatief, eigenzinnig vooral VHN (Voor, Hoofd, Na), de vormgeving is bescheiden, niet te uitbundig en dat vind ik voor dit doel wel goed.
3. Wat vindt u het minst mooie aspect van Concept1?
   Het fade-out effect tussen tekst en foto vind ik niet zo elegant.
4. Kunt u drie steekwoorden noemen die bij u opkomen bij het zien van Concept2?
   Kleurig, energiek, open.
5. Wat vindt u het mooiste aspect van Concept2?
   Het is duidelijk, lay out, tekst en fotografie ondersteunen elkaar, ook vind ik de icoontjes hier weer aantrekkelijk.
6. Wat vindt u het minst mooie aspect van Concept2?
   De balken over de foto's storen en komen geforceerd over, vooral goed te zien bij de foto van Jamie.
7. Kunt u drie steekwoorden noemen die bij u opkomen bij het zien van Concept3?
   Donker, hard, hoekig.
8. Wat vindt u het mooiste aspect van Concept3?
   De typografie.
9. Wat vindt u het minst mooie aspect van Concept3?
   Het harde zwart-wit contrast is veel te dominant in mijn ogen.
10. Welk concept vindt u het beste passen bij de Voedselbank en door welke aspecten is dit?
    Het tweede concept, ik vind het aantrekkelijk maar tegelijk zakelijk met ruimte voor foto's en teksten terwijl je nog steeds zin krijgt in eten door het "ton sur ton" gebruik van kleur. Naar mijn idee is dit dus de beste keus.
11. Welk concept vindt u het minst goed passen bij de Voedselbank en door welke aspecten is dit?
    Het derde concept, het zwart werkt goed als contrasterende kleur voor tekst en fotografie maar nodigt niet uit om lekker te eten. Ik vind de vormgeving uiteindelijk te dominant.

Ria van Veen

1. Kunt u drie steekwoorden noemen die bij u opkomen bij het zien van Concept1?
   Prettig, rustig, evenwichtig.
2. Wat vindt u het mooiste aspect van Concept1?
   De rustige layout.
3. Wat vindt u het minst mooie aspect van Concept1?
   De illustraties zijn aan de kleine kant. Mag iets groter.
4. Kunt u drie steekwoorden noemen die bij u opkomen bij het zien van Concept2?
   Even wennen, nogal onrustig, tja umm.
5. Wat vindt u het mooiste aspect van Concept2?
   De helderheid van de kleuren.
6. Wat vindt u het minst mooie aspect van Concept2?
   De tekst die over de foto's heen staat. Dat veroorzaakt die onrustige uitstraling.
7. Kunt u drie steekwoorden noemen die bij u opkomen bij het zien van Concept3?
   Niet mooi, somber, onaantrekkelijk.
8. Wat vindt u het mooiste aspect van Concept3?
   Eigenlijk vind ik het geheel niet mooi en het is dan moeilijk een aspect I te benoemen dat wel mooi is.
9. Wat vindt u het minst mooie aspect van Concept3?
   Die zwarte kaders / randen om de foto's.
10. Welk concept vindt u het beste passen bij de Voedselbank en door welke aspecten is dit?

Ik twijfel tussen concept 1 en 2. Ik denk dat concept 1 het beste past bij de Voedselbank. Het is rustiger van beeld dan 2 Persoonlijk vind ik het ook mooier qua beeld, uitstraling.

11. Welk concept vindt u het minst goed passen bij de Voedselbank en door welke aspecten is dit?
    Dat lijkt me duidelijk, nummer 3.

D. Informatiebrieven

Op de volgende pagina's zijn de brieven te vinden die gebruikt kunnen worden om betrokkenen te informeren over het project. Deze brieven bevatten achtereenvolgens algemene informatie, algemene informatie plus de vraag om een recept aan te leveren voor restaurants en algemene informatie plus de vraag om een recept aan te leveren voor individuen.

UNIVERSITY OF TWENTE.

Voedselbanken Nederland
Enschede

ALGEMENE INFORMATIE KOOKBOEK VOEDSELBANK ENSCHEDE

Geachte heer of mevrouw,

Middels deze brief willen wij u graag informeren over een nieuw en inspirerend project binnen de Voedselbank Enschede, namelijk het ontwikkelen van een kookboek.

In het kort
Een tijdje geleden is het idee ontstaan om een kookboek te ontwikkelen boordevol gerechten die gemaakt zijn door personen of organisaties in Enschede. Bij de vraag naar een recept is een duidelijke link met de Voedselbank, want de gerechten zijn allemaal gemaakt met één of meerdere ingrediënten die vaak in de Voedselpakketten te vinden zijn. Wij vragen mensen uit allerlei hoeken om mee te werken aan het kookboek; mensen uit de lokale politiek, Enschedese restaurants, voedingsdeskundigen, sporters, vrijwilligers en cliënten van de Voedselbank etc. Daarnaast zal het boekje algemene informatie bevatten over de Voedselbank, het bewaren van voedsel en extra tips om goed en goedkoop te kunnen koken die voor iedereen van toepassing kunnen zijn. De eerste druk zal een oplage van (minimaal) 1000 stuks zijn.

Voor wie
De cliënten van de Voedselbank ontvangen allen het kookboek. Op deze manier hopen wij de cliënten ideeën en tips te geven om gezond, maar ook goedkoop, te kunnen eten. Ook alle vrijwilligers krijgen dit boek als bedankje cadeau. Hetzelfde geldt voor al onze leveranciers (relatiegeschenk). Daarnaast zal dit kookboek via winkels (o.a.kookboek.nl) en tijdens evenementen van de Voedselbank verkocht worden, zodat er meer aandacht en begrip ontstaat voor de Voedselbank. De opbrengsten komen ten bate van de Voedselbank. Een andere manier van verspreiding is via restaurants in Enschede. Zij die een recept aanleveren krijgen de mogelijkheid om een groot aantal exemplaren tegen kostprijs te kopen en te verspreiden onder hun bezoekers.

Samenwerking
Een kookboek uitbrengen gaat niet zomaar. Wij vragen allerlei mensen om ons hierbij te helpen. Het ontwerpen en verzamelen van recepten zal voor het grootste deel verzorgd worden door een Bachelorstudent van de Universiteit Twente, foto's worden kosteloos gemaakt door een fotograaf in opleiding. Daarnaast zijn een aantal vrijwilligers van de Voedselbank betrokken. De recepten worden aangeleverd door allerlei mensen en organisaties. Tot slot zal een drukker het kookboek tegen een gereduceerd tarief drukken. Om het kookboek te kunnen maken, hebben we ook sponsoren nodig. Iedereen die meehelpt, zal een plek in het kookboek krijgen.

Met vriendelijke groeten,
namens de Voedselbank Enschede,

Sjoukje Schoustra
studente Industrieel Ontwerpen Universiteit Twente
tel. 0651265018
e-mail s.m.schoustra@student.utwente.nl

Inge Stegeman
Bestuurslid Voedselbank Enschede

UNIVERSITY OF TWENTE.

Voedselbanken Nederland
Enschede

ALGEMENE INFORMATIE VOOR RESTAURANTS - KOOKBOEK VOEDSELBANK ENSCHEDE

Geachte heer of mevrouw,

Middels deze brief willen wij u graag informeren over nieuw en inspirerend project binnen de Voedselbank Enschede, namelijk het ontwikkelen van een kookboek.

In het kort
Een tijdje geleden is het idee ontstaan om een kookboek te ontwikkelen boordevol gerechten die gemaakt zijn door personen of organisaties in Enschede. Wij vragen mensen uit allerlei hoeken om mee te werken aan het kookboek; mensen uit de lokale politiek, Enschedese restaurants, voedingsdeskundigen, sporters, vrijwilligers en cliënten van de Voedselbank etc. Daarnaast zal het boekje algemene informatie bevatten over de Voedselbank, het bewaren van voedsel en extra tips om goed en goedkoop te kunnen koken die voor iedereen van toepassing kunnen zijn. De eerste druk zal een oplage van (minimaal) 1000 stuks zijn.

Voor wie
De cliënten van de Voedselbank ontvangen allen het kookboek. Op deze manier hopen wij de cliënten ideeën en tips te geven om gezond, maar ook goedkoop, te kunnen eten. Ook alle vrijwilligers krijgen dit boek als bedankje cadeau. Hetzelfde geldt voor al onze leveranciers (relatiegeschenk). Daarnaast zal dit kookboek via winkels (o.a.kookboek.nl) en tijdens evenementen van de Voedselbank verkocht worden, zodat er meer aandacht en begrip ontstaat voor de Voedselbank. De opbrengsten komen ten bate van de Voedselbank. Een andere manier van verspreiding is via restaurants in Enschede. Zij die een recept aanleveren krijgen de mogelijkheid om een groot aantal exemplaren tegen kostprijs te kopen en te verspreiden onder hun bezoekers.

Onze vraag aan u
Een recept aanleveren
Wilt u meewerken aan het ontwikkelen van het kookboek door aanlevering van een recept? In bijlage 1 vindt u een lijst met ingrediënten die vaak in de voedselpakketten zitten. Wij willen u vragen hier één of meerdere uit te kiezen en hiermee een recept te bedenken, eventueel aangevuld met andere (betaalbare) ingrediënten. Wij zijn op zoek naar simpele recepten, zowel qua bereiding als qua ingrediënten. U bent vrij om een type gerecht (bijvoorbeeld voor-, hoofd- of nagerecht) te kiezen, ga uit van het bereiden voor vier personen. Het vriendelijke verzoek om geen varkensvlees in de recepten te gebruiken.
Verspreiding
Als u besluit om een recept aan te leveren voor ons kookboek, krijgt uw restaurant daarmee een plek in het kookboek (een mooie mogelijkheid uw restaurant te promoten). Daarbij willen wij u vragen of u een aantal van deze boeken wilt kopen tegen (minimaal) de kostprijs, u kunt deze bijvoorbeeld in uw restaurant neerleggen en uitdelen aan uw klanten. In bijlage 2 vindt u in het kort de verschillende opties om mee te werken.

Contact
Wij nemen binnen 2 weken weer contact met u op om te vragen of u mee wilt werken. In dat geval kunnen we vervolgens verder praten over de exacte invulling. U kunt ook altijd zelf contact opnemen. Alvast bedankt!

Met vriendelijke groeten,
namens de Voedselbank Enschede,

Sjoukje Schoustra
studente Industrieel Ontwerpen Universiteit Twente
tel. 0651265018
e-mail s.m.schoustra@student.utwente.nl

Inge Stegeman
Bestuurslid Voedselbank Enschede

Bijlage 1: ingrediëntenlijst

Aardappelschijfjes
Andijvie
Appels
Asperges
Bananen
Beschuit
Blanke vla
Bouillonblokjes
Boursin knoflook & kruiden
Champignons
Eieren
Fries Roggebrood
Garnalen
Gebakken uitjes
Gehakt
Gepelde tomaten
Halfvolle melk
Italiaanse bollen
Kaas
Karnemelk
Ketjap manis
Kipfilet
Kokosmelk
Krentenbollen
Kruidenboter knoflook
Kruidnoten
Mosterd
Mozzarella
Paprika
Perziken op siroop
Pure chocolade
Rijst
Rode kool
Salami
Schouderham
Schuimpjes
Shoarma vlees
Sla
Slagroom
Soepgroente
Stokbrood
Turks brood wit
Witlof
Worst
Wortels
Wraps

Bijlage 2: mogelijkheden voor uw restaurant

Aanleveren van een recept , met daarbij:

- vermelding van de naam van het restaurant bij het recept

Overige mogelijkheden (tegen vergoeding):

- extra pagina(‘s) met daarop informatie over het restaurant met (een) foto(’s)
- ontwerp van een persoonlijke voorkant van het boek, bijvoorbeeld een naam of eigen foto
- algemene sponsoring met vermelding van de naam van het restaurant in de colofon

Wanneer u een recept hebt aangeleverd vragen wij u om een aantal exemplaren tegen (minimaal) de kostprijs te kopen om vervolgens te verspreiden in uw restaurant.

Samenwerking

Het ontwerpen en verzamelen van recepten zal voor het grootste deel verzorgd worden door een Bachelorstudent van de Universiteit Twente, foto’s worden kosteloos gemaakt door een fotograaf in opleiding. Daarnaast zijn een aantal vrijwilligers van de Voedselbank betrokken. Tot slot zal een drukker het kookboek tegen een gereduceerd tarief drukken. Iedereen die meehelpt, zal een plek in het kookboek krijgen.

UNIVERSITY OF TWENTE.

Voedselbanken Nederland
Enschede

ALGEMENE INFORMATIE KOOKBOEK VOEDSELBANK ENSCHEDE

Geachte heer of mevrouw,

Middels deze brief willen wij u graag informeren over nieuw en inspirerend project binnen de Voedselbank Enschede, namelijk het ontwikkelen van een kookboek.

In het kort
Een tijdje geleden is het idee ontstaan om een kookboek te ontwikkelen boordevol gerechten die gemaakt zijn door personen of organisaties in Enschede. Wij vragen mensen uit allerlei hoeken om mee te werken aan het kookboek; mensen uit de lokale politiek, Enschedese restaurants, voedingsdeskundigen, sporters, vrijwilligers en cliënten van de Voedselbank etc. Daarnaast zal het boekje algemene informatie bevatten over de Voedselbank, het bewaren van voedsel en extra tips om goed en goedkoop te kunnen koken die voor iedereen van toepassing kunnen zijn . De eerste druk zal een oplage van (minimaal) 1000 stuks zijn.

Voor wie
De cliënten van de Voedselbank ontvangen allen het kookboek. Op deze manier hopen wij de cliënten ideeën en tips te geven om gezond, maar ook goedkoop, te kunnen eten. Ook alle vrijwilligers krijgen dit boek als bedankje cadeau. Hetzelfde geldt voor al onze leveranciers (relatiegeschenk). Daarnaast zal dit kookboek via winkels (o.a.kookboek.nl) en tijdens evenementen van de Voedselbank verkocht worden, zodat er meer aandacht en begrip ontstaat voor de Voedselbank. De opbrengsten komen ten bate van de Voedselbank. Een andere manier van verspreiding is via restaurants in Enschede. Zij die een recept aanleveren krijgen de mogelijkheid om een groot aantal exemplaren tegen kostprijs te kopen en te verspreiden onder hun bezoekers.

Samenwerking
Een kookboek uitbrengen gaat niet zomaar. Wij vragen allerlei mensen om ons hierbij te helpen. Het ontwerpen en verzamelen van recepten zal voor het grootste deel verzorgd worden door een Bachelorstudent van de Universiteit Twente, foto's worden kosteloos gemaakt door een fotograaf in opleiding. Daarnaast zijn een aantal vrijwilligers van de Voedselbank betrokken. De recepten worden aangeleverd door allerlei mensen, restaurants en organisaties. Tot slot zal een drukker het kookboek tegen een gereduceerd tarief drukken. Om het kookboek te kunnen maken, hebben we dus veel hulp nodig. Iedereen die meehelpt, zal een plek in het kookboek krijgen.

Onze vraag aan u – een recept aanleveren
Wilt u meewerken aan het kookboek door aanlevering van een recept? In bijlage 1 vindt u een lijst met ingrediënten die vaak in de voedselpakketten zitten. Wij willen u vragen hier één of meerdere uit te kiezen en hiermee een recept te bedenken, eventueel aangevuld met andere (betaalbare) ingrediënten. Wij zijn op zoek naar simpele recepten, zowel qua bereiding als qua ingrediënten. U bent vrij om een type gerecht (bijvoorbeeld voor-, hoofd- of nagerecht) te kiezen, ga uit van het bereiden voor vier personen. Het vriendelijke verzoek om geen varkensvlees in de recepten de gebruiken.

Contact
Wij nemen binnen 2 weken weer contact met u op om te vragen of u mee wilt werken. In dat geval kunnen we vervolgens verder praten over de exacte invulling. U kunt ook altijd zelf contact opnemen. Alvast bedankt!

Met vriendelijke groeten,
namens de Voedselbank Enschede,

Sjoukje Schoustra
studente Industrieel Ontwerpen Universiteit Twente
tel. 0651265018
e-mail s.m.schoustra@student.utwente.nl

Inge Stegeman
Bestuurslid Voedselbank Enschede

Bijlage 1: lijst met ingrediënten

Aardappelschijfjes
Andijvie
Appels
Asperges
Bananen
Beschuit
Blanke vla
Bouillonblokjes
Boursin knoflook & kruiden
Champignons
Eieren
Fries Roggebrood
Garnalen
Gebakken uitjes
Gehakt
Gepelde tomaten
Halfvolle melk
Italiaanse bollen
Kaas
Karnemelk
Ketjap manis
Kipfilet
Kokosmelk
Krentenbollen
Kruidenboter knoflook
Kruidnoten
Mosterd
Mozzarella
Paprika
Perziken op siroop
Pure chocolade
Rijst
Rode kool
Salami
Schouderham
Schuimpjes
Shoarma vlees
Sla
Slagroom
Soepgroente
Stokbrood
Turks brood wit
Witlof
Worst
Wortels
Wraps

E. Offerte NetzoDruk

Dit is de offerte zoals deze is aangeleverd door de drukker NetzoDruk in Enschede.

NETZODRUK
DIGITAAL DRUKWERK

Diverse eenmalige debiteuren
T.a.v. Sjoukje Schoustra

Enschede, 29 maart 2011

Offertenr.: 547138

Geachte heer/mevrouw,

Naar aanleiding van uw aanvraag doet het ons genoegen u bijgaand de volgende aanbieding te mogen doen:

Omschrijving	:	Internetaanvraag Brochure Voedselbank (lijmen)
Omvang	:	52 pagina's binnenwerk met 4 pagina's omslag
Formaat	:	Afgewerkt 150 x 150 mm.
Papier	:	Omslag 250 grs./m2 natuurkarton
		Binnenwerk 100 grs./m2 hvo
Bedrukking	:	Geheel in full-colour
Aangeleverd	:	Digitaal correct en drukgereed bestand door u bijgeleverd
Afwerking	:	Garenloos brocheren, omslag voorzien van 1-zijdig MAT/GLANS laminaat
Verpakking	:	Handzaam
Levering	:	Franco 1 adres in Nederland

Prijs	:	1.000 ex.	€ 2.469,00
		2.000 ex.	€ 2.919,00

Omschrijving	:	Internetaanvraag Brochure Voedselbank (wire-o binding)
Omvang	:	52 pagina's binnenwerk met 4 pagina's omslag
Formaat	:	Afgewerkt 150 x 150 mm.
Papier	:	Omslag 250 grs./m2 natuurkarton
		Binnenwerk 100 grs./m2 hvo
Bedrukking	:	Geheel in full-colour
Aangeleverd	:	Digitaal correct en drukgereed bestand door u bijgeleverd
Afwerking	:	omslag voorzien van 1-zijdig MAT/GLANS laminaat, geheel voorzien van een metalen wire-o binding
Verpakking	:	Handzaam
Levering	:	Franco 1 adres in Nederland

Prijs	:	1.000 ex.	€ 2.589,00
		2.000 ex.	€ 3.579,00

Prijzen excl. 19% BTW

Voor vragen over deze offerte kunt u contact opnemen met Yordie Klönne.

Wij danken u voor uw aanvraag en we zien uw reactie met belangstelling tegemoet.

Met vriendelijke groet,
NetzoDruk B.V.

Eric Olijve

F. Offerte Bodo Repro

Dit is de offerte zoals deze is aangeleverd door de drukker Bodo Repro in Enschede.

Omschrijving	:	Boekjes
Omvang	:	50 pagina's in 4 pagina's omslag
Eindformaat	:	148 x 148 mm
Materiaal	:	Omslag: 250 grams gesatineerd mc Binnenwerk: 135 grams gesatineerd mc
Bedrukking	:	Geheel in Full Colour
Digitale bestanden	:	Drukklaar pdf bestand volgens instructies
Afwerking	:	Zie onder
Verpakking	:	Handzaam verpakt in dozen

Aantal	:	Lijmen in de rug	
		1.000 exemplaren	€ 1999,-
		2.000 exemplaren	€ 2599,-
		Wire-o-binden	
		1.000 exemplaren	€ 2099,-
		2.000 exemplaren	€ 2999,-

Deze prijzen zijn tot 4 weken na offertedatum geldig en zijn Exclusief BTW.

Met vriendelijke groet,

Sabine van der Horst - Kleisman

Bodo Repro
Postbus 344
7500AH Enschede
Zuiderspoorstraat 11/2
7512 AX Enschede
T +31 53 4324577
F +31 53 4309037
sabine@bodorepro.nl
www.bodorepro.nl

G. ProDigital Silk 150 papier

Dit papier is het papier dat gebruikt zal worden voor het binnenwerk van het kookboek. Voor het omslag zal hetzelfde papier gebruikt worden, maar dan 250 grams.

H. Tweede offerte NetzoDruk

Dit is de tweede offerte aangeleverd door NetzoDruk in Enschede.

NETZODRUK
DIGITAAL DRUKWERK

Stichting Voedselbank Enschede
T.a.v. mevrouw I. Stegeman
Postbus 40202
7504 RE ENSCHEDE

Enschede, 16 juni 2011

Offertenr.: 549154

Geachte mevrouw Stegeman,

Naar aanleiding van uw aanvraag doet het ons genoegen u bijgaand de volgende aanbieding te mogen doen:

Omschrijving	:	Internetaanvraag Brochure Voedselbank (lijmen)
Omvang	:	52 pagina's binnenwerk met 4 pagina's omslag
Formaat	:	Afgewerkt 150 x 150 mm.
Papier	:	Omslag 250 grs./m2 hv Silk mc
		Binnenwerk 150 grs./m2 hv Silk
Bedrukking	:	Geheel in full-colour
Aangeleverd	:	Digitaal correct en drukgereed bestand door u bijgeleverd
Afwerking	:	Garenloos brocheren, omslag voorzien van 1-zijdig MAT/GLANS laminaat
Verpakking	:	Handzaam
Levering	:	Franco 1 adres in Nederland

Prijs	:	1.000 ex.	€ 2.725,00
		2.000 ex.	€ 3.325,00

Omschrijving	:	Internetaanvraag Brochure Voedselbank (wire-o binding)
Omvang	:	52 pagina's binnenwerk met 4 pagina's omslag
Formaat	:	Afgewerkt 150 x 150 mm.
Papier	:	Omslag 250 grs./m2 hv Silk mc
		Binnenwerk 150 grs./m2 hv Silk mc
Bedrukking	:	Geheel in full-colour
Aangeleverd	:	Digitaal correct en drukgereed bestand door u bijgeleverd
Afwerking	:	Omslag voorzien van 1-zijdig MAT/GLANS laminaat, geheel voorzien van een metalen wire-o binding
Verpakking	:	Handzaam
Levering	:	Franco 1 adres in Nederland

Meerprijs indien voor voorblad een transparante sheet geplaatst (bij afwerking):
300 ex, € 175,00
1.000 ex. € 345,00

2.000 ex. € 595,00

Meerprijs indien halfverborgen omslag (met rug) omheen gevouwen wordt (plano ca. 470 x 150 mm.) 4/4 bedrukt:
1.000 ex.€ 250,00
2.000 ex. € 350,00

Prijs	:	1.000 ex.	€ 2.745,00
		2.000 ex.	€ 3.835,00

Omschrijving	:	Gepersonaliseerde voorkanten Brochure (MEERPRIJS)
Formaat	:	150 x 150 mm.
Papier	:	250 grs./m2 hv Silk mc
Bedrukking	:	Tweezijdig in full-colour
Aangeleverd	:	Digitaal correct en drukgereed bestand door u bijgeleverd
Afwerking	:	- eenzijdig gepersonaliseerd
		- Snijden en t.b.v. afwerking
Verpakking	:	Handzaam
Levering	:	Wordt door u gehaald

Prijs	:	300 ex.	€ 155,00
		1.000 ex.	€ 265,00
		2.000 ex.	€ 425,00

Omschrijving	:	Losse omslagen met 2 flappen
Formaat	:	Plano 440 x 150 mm.
Papier	:	300 grs./m2 hv Silk mc
Bedrukking	:	Tweezijdig in full-colour
Aangeleverd	:	Digitaal bestand door u bijgeleverd
Afwerking	:	Snijden, rillen (2x) en gevouwen verpakken
Verpakking	:	Handzaam in dozen
Levering	:	Wordt door u gehaald

Meerprijs indien gepersonaliseerd: € 40,00

Prijs	:	300 ex.	€ 185,00
		1.000 ex.	€ 435,00
		2.000 ex.	€ 675,00

Prijzen excl. 19% BTW

Voor vragen over deze offerte kunt u contact opnemen met Yordie Klönne.

Wij danken u voor uw aanvraag en we zien uw reactie met belangstelling tegemoet.

Met vriendelijke groet,
NetzoDruk B.V.

Eric Olijve

I. Eindconcept ware grootte

Na deze pagina volgt het eindconcept nog eens op ware grootte. Hierbij zijn de voorkant, drie dubbele binnenpagina's en de achterkant weergegeven.

Pit occaerit, sed eossit eum abo. Xim exceatur sus mos aperia dolorer chiliqui alignim commolore modia diae ent verorrumque conecabori con ne nonsequo totas autam eum harchiciente.

KOKEN

MET DE VOEDSELBANK ENSCHEDE

INGREDIËNTEN

Equiberum rectum
quo estibus maio
Quam que qui andant
alique re od quam
quiatibus inciis
re quaerum re rem
quam ex eum ipsam
repudam quam
luptati dolum
quistiam quam
sum venitaqui
quas event.

LOREM IPSUM

V | **H** | N

30 min

4 pers

BEREIDINGSWIJZE

Apisimol orrupta as digenitin et quiatem quidel ipiendanditi dipsum consend ellaci apidunt iasimusa aut reprate et verchit ionectur autem cus.
Ut la voluptiis vent mo et hit hit moluptaspid maionsequis ercima duntis ute num dem repro est la sae que magnis num nis endaepe ligenti blaboribus, sum quaepro comnis et electa voluptassi dolestiunt ipicimus dipsus ut omnistrum, quae platas in consequae preritas dolo bea corero dellamusciet fuga. Em eos doloribusda doluptis eum quiam, si dolum quias eum nonsequia voloruntiunt expelestis et, sequo officimus, con plitaecum la volupta pa voloritae samendestet

TIP

Ero voluptat voluptu riaspellore, saeptatur? Int optibus dantio et occuptate nis doluptaepel etur

DE VOEDSELBANK ENSCHEDE

Riasperunt magnam non pe sinit eum alita dipsae neceat rem et asit, sequat eosam none nimus, volorro vidit, in net eos erumquis eris quae. Cescitati inusdae perorum re eat eum reperati dus et que ma volupta simpori de veria pliciento bea con nis quodigenda voluptaqui dolo ex et autem accum doloritam vendit, id et et explis renditatem re volest lam que sed ullenistrunt derchil molor assimil molut prepudae porerum quae corepra consequi officita dolorio rupturio. At auta sunt ut imo que nostotas auta num aut maxim et pro quasperem aut ommolumque quia veriae voluptatur apienem sam, veritaest que nobis am, qui blania dit elignis atinveni beatibea si restrunt eatem qui cum endel imus aliquam, ut harchil laccaborunt occab illecat emporesseque nobistis quiandae. Ut idebisimaior re, simenis ius est, simaximaxime recaepe con nulla perspis maiore, offic

TIP

Ero voluptat voluptu riaspellore, saeptatur? Int optibus dantio et occuptate nis doluptaepel etur

HONIG
Vertrouwd
Macaroni
Bio+
Appelsap
Oliebollen
KOOP MANS
Milka
Zarte Frühlingsgold

JAMIE OLIVER

Equiberum rectum
quo estibus maio
Quam que qui andant
alique re od quam
quiatibus inciis
re quaerum re rem
quam ex eum ipsam
repudam quam
luptati dolum
quistiam quam
sum venitaqui
quas event.

Te voluptatum rerum ipsa autem consequid quia cumenduntia alique volum nihilibusam faccum vendit fugiti con coratius dolorro vitibus, que ipiet idusdae modi ut dent ut incientis as modis dunt eos dunditat alic tem. Dusae cusaperatem etur, entempori andi commolo repratquiati seque lique re volorum sequi ut quasima doloratam restestorem il im facescius, comnis milibus et exerror eseque elessum a quasperum qui quis dolorero omnit ipsam, venias remqui ilit eatiusamet alitate laci natempo rporeriatem que poreribus dus am inus, corrum que dolut eum que vel imporest, si di omnis endaepu daecupturiae digene pellectur accaept atempor eperspelist doluptat ma voluptur?

Isquunte accumquiatia que excerate sum et es ese consenda sit harum velende ndipsum ent fugitat iantest verunt molorum nobitatur? Aquid quae dit fugia conseque ex et labo. Itae volest harum voloresequae prore dolorem repeliae reptas vellorum harum quis aut am evelias dolesequiam fugia coris esciaep edicien emquat accum dolendist rem accaboria ipiduntur accab ipsa evenis dolum reper

> Ero voluptat voluptu riaspellore, saeptatur? Int optibus dantio et occuptate nis doluptaepel etur

Evelitas delias postiae conseque vel mi, conesto blabo. Ehenis ata vendemp orestota quo et exerepe rferum quam invendame nosam, tem fugiate dicilit emquia discia accatem quiscienis maio. Ita exerovit utatem es sit utatemq uatiae sit perem eos modipsam eres dunt eum earum asperum nam, sitatur mil et optatus cilictotate prae doleceatem faccus mod ma se re et dolut fugitia doluptas minihicid molut labor sam harum dionseque quiduciis magnis est dolorro mi, opta videbit es nes dolupti temquo debisque eaqui dolor minctas ape velendae ped molentia accae re voluptatur rest officidelis rem ne voleni tecatur, officab orporeprae similiquunt, cullam et quodit dio inis simus iur?

een uitgave van DE VOEDSELBANK ENSCHEDE