

SANDER DE HAAN
MULTIDISCIPLINARY GRAPHIC DESIGNER

PORTFOLIO
+ RESUME

	ABOUT ME Multidisciplinary graphic designer with 20+ years of experience, adaptable to any studio environment and quick to learn new tools and workflows. I thrive on technical problem-solving and varied projects rather than routine work. I move fluidly between big-picture strategy and hands-on execution, always considering a brand’s history, future use, and how others might approach the same project from their own perspective. When needed, I step into project management or art direction roles. I believe in finding the most efficient, error-free approach to a project without sacrificing creativity or long-term usability, even when that’s not the most obvious route. Strong points • Proven ability to bridge concept, design, and project/production teams • Translating concepts into effective designs • Using both common and uncommon tools to get projects where they need to be • Balancing clients needs and creative wants • Communicative, with strong cultural awareness • Generalist as well as specialist Outside of work, I explore new technologies (related to my field or not), produce music, work with wood, and cook dishes from various cultures.	WORK EXPERIENCE (SUMMARY) DETAILED LIST ON NEXT PAGE 2023 - Present Self employed handyman sanderklust, Amsterdam 2005 - Present Freelance Graphic Designer youneedtodesign.nl, Amsterdam 2022 - 2023 Volunteer Facility manager Zone2Source Art Platform, Amsterdam 2022 - 2023 Chef Boerderij De Meent, Uithoorn 2018 - 2019 Waiting Staff Restaurant Fa. Pekelhaaring, Amsterdam 2015 - 2016 Freelance DTP Specialist / Process Workflow Manager Bose Corporation HQ, Purmerend 2013 - 2016 / 2019 - 2020 Freelance Graphic Designer Male Grooming / Brand Design Philips HQ, Amsterdam 2010 - 2018 Freelance Graphic Design Brand Design / Retail Story Department Nike HQ, Hilversum 2008 - 2011 Freelance Graphic Designer Wieden+Kennedy, Amsterdam 2001 - 2005 DTP Specialist WD81 Collective, Amsterdam 2000 - 2001 DTP Specialist D&D Design, Amsterdam 1998 - 2000 DTP Specialist / Engineer Lionbridge, Amsterdam EMEA Office
LANGUAGES Dutch Native speaker English Full professional proficiency German Elementary proficiency	SKILLS • Adobe CC Suite • Logic Pro • Blender (Basic) • Unity (Basic) • Prepress Certified PDF • Final Cut Pro • Microsoft Office • Apple Keynote • Prepress production • Packaging • Sound processing & audio mastering • Video editing • System and process flow management • Basic knowledge of C++, PHP, CSS,	EDUCATION 2023 Trainee Kitchen Design & Manufacturing Studio.vg, Diemen A short traineeship in the workshop for custom kitchens and accompanied furniture. 2020 - 2021 Internship Unity XR/VR WeMakeVR, Amsterdam Coding for XR/VR applications, VR film location runner, sound recording. 2018 - 2019 Audio production and Sound Recording, graduated AV Sound Education Nederland, Utrecht 1994 - 1998 Graphic Design, MBO Graduated with differentiation Audio Visual Mediacollege, Amsterdam

WORK EXPERIENCE

2023 - Present

Self employed handyman

sanderklust, Amsterdam, Full-time, on-site

Providing a service for light electrical work, small house renovations, repairing or replacing kitchen and bathroom items, advising on full home renovations. All as sustainable as possible, traveling from job to job on a cargo bike.

2005 - Present

Freelance Graphic Designer

youneedtodesign.nl, Greater Amsterdam area

Working for a broad scope of clients, ranging from small independent designers and art directors to multinational companies. Providing design support, prepress knowledge, webdesign and communicating with external contractors, to independent designers, large design teams and their project teams.

Main clients:

Tommy Hilfiger, Heineken International, Nike HQ EMEA, Philips Brand Design HQ, Wieden + Kennedy, INDIE, Cultuur Ondernemen, Paul Postma Motion and Graphics, Hazazah, BOSE EMEA HQ, The Brand Hotel, Thonik, various independent designers and art directors.

2022 - 2023

Volunteer Facility manager

Zone2Source Art Platform, Amsterdam

Facility manager for art paviljoens in the Amstel Park, helping artists installing their art pieces & small maintenance jobs.

2022 - 2023

Chef

Boerderij De Meent, Uithoorn

Providing lunch for the volunteers of the social workspace Boerderij De Meent, an initiative of the Protestantse Diaconie van Amsterdam.

2018 - 2019

Waiting Staff

Restaurant Fa. Pekelhaaring, Amsterdam

I needed to do something completely different and since food and wine is close to my heart, this was an obvious choice.

2015 - 2016

Bose Corporation EMEA HQ, Purmerend

- Implementing localization
- Converting US-based assets for the European market
- Developing internal and external guidelines and workflow process papers.

2013 - 2016 / 2019 - 2020

Male Grooming/Brand Design, Philips HQ

- Developing packaging design explorations based on design briefs and marketing requirements
- Testing localization within designs
- Briefing third parties and providing artwork for production
- Online assets creation and management
- Adjusting acquired companies to fit Philips Brand guidelines
- Exploring Philips Healthcare brands assets for current and future use.

2010 - 2018

Brand Design / Retail Story Design, Nike HQ

- Developing design ideas
- Explorations and design guides for local European offices and Flagship stores, on Nike brands like Jordan, Running, Women Running, Basketball, Football, Nike Sportswear.
- Visualizing full store renovations or seasonal overhauls in conjunction with the design team, the in-house architects, external producers and visualizers.
- Art working environmental graphics and in-store tactile objects.
- Developing design and production process with for more efficient workflow between permanent design staff, freelancers and external production partners, leading to more efficiency and less communication errors.

2008 - 2011

Wieden+Kennedy, Amsterdam HQ

- Part of the studio team, developing ideas and sketches into explorations or presentable files for the art direction teams
- Preparing files for print production or the AV team
- Sorting and archiving clients assets.

2001 - 2005

Full-time DTP Specialist

WD81 Collective, Amsterdam

Advertsing, Brands and Design

- Graphic design and art working for various clients (e.a. Microsoft, Holland Casino, TBWA)
- Working closely with the small team of designers and art directors.
- Responsible for managing the studio and server system for the whole collective.

2000 - 2001

Full-time DTP Specialist

D&D Design, Amsterdam

B2B Advertising and design agency

- Mainly working on layouts for Aloha music magazine, various b2b magazines
- Art work and printing in-house film sheets for print production
- Averseeing archiving and file management.

1998 - 2000

Full-time DTP Specialist / Engineer

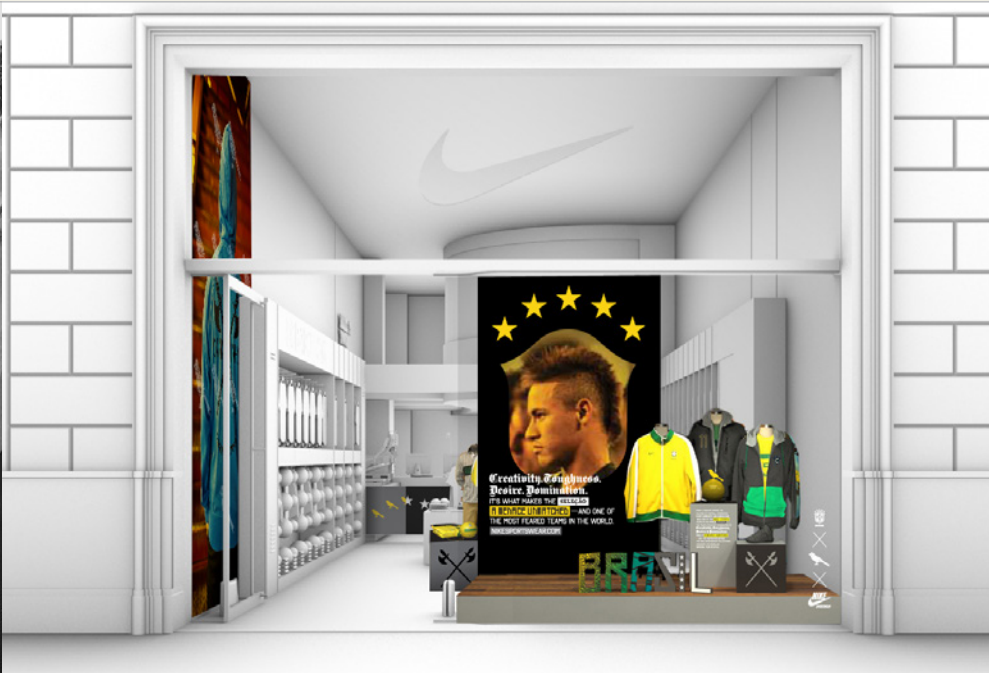
Lionbridge, Amsterdam EMEA Office

International Translation and Localization agency

- Preparing existing communication material (graphic files and layouts) for localization
- Correcting and solving printing issues of translated material
- Preparing software strings for localization
- Online helpdesk for (external) translators and printers. Main clients: IBM International (UK) ecommerce, Adobe Systems (UK).

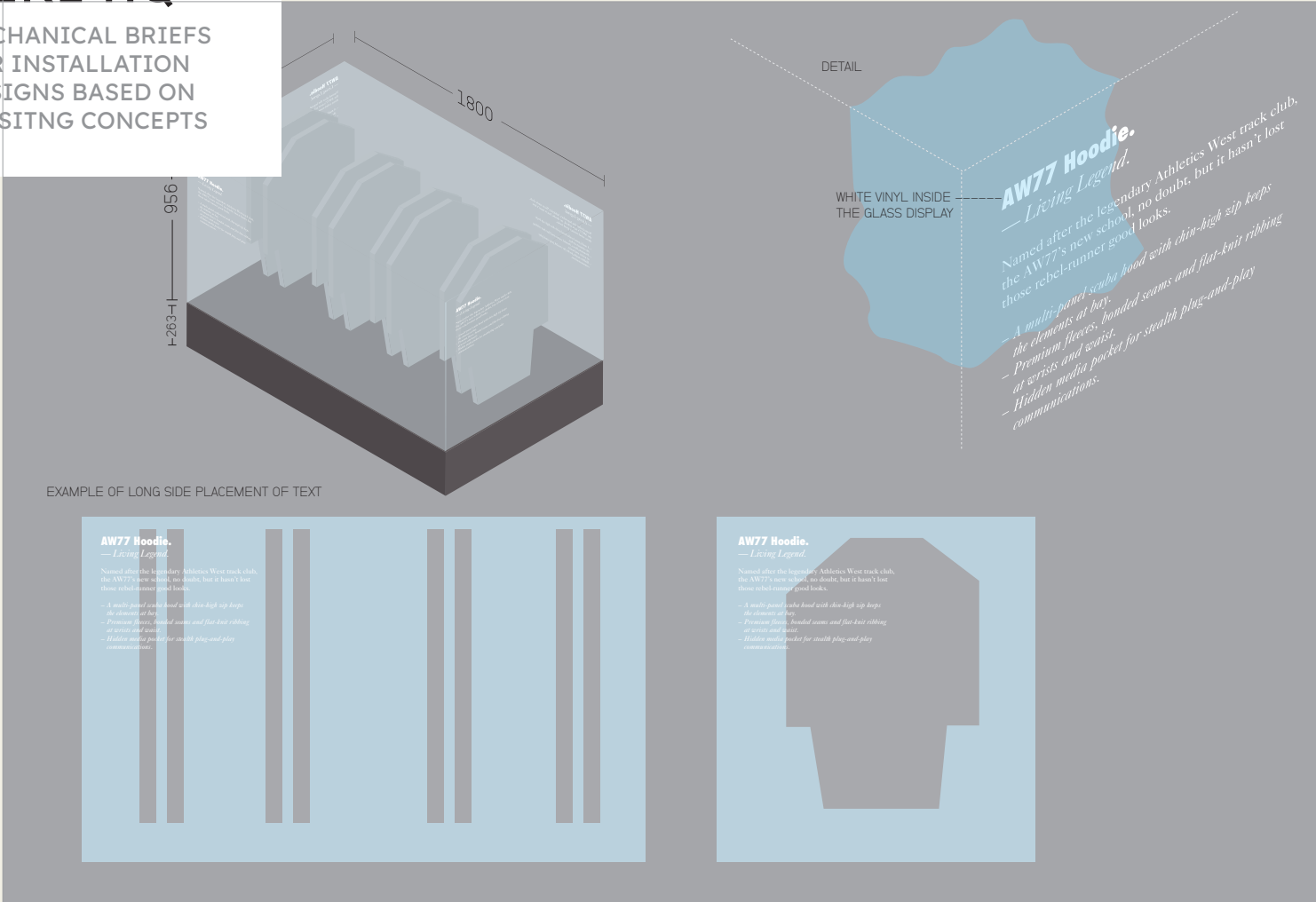
NIKE HQ

ENVIRONMENTAL
GRAPHIC DESIGN
INSTALLATION &
DESIGN MOCKUPS

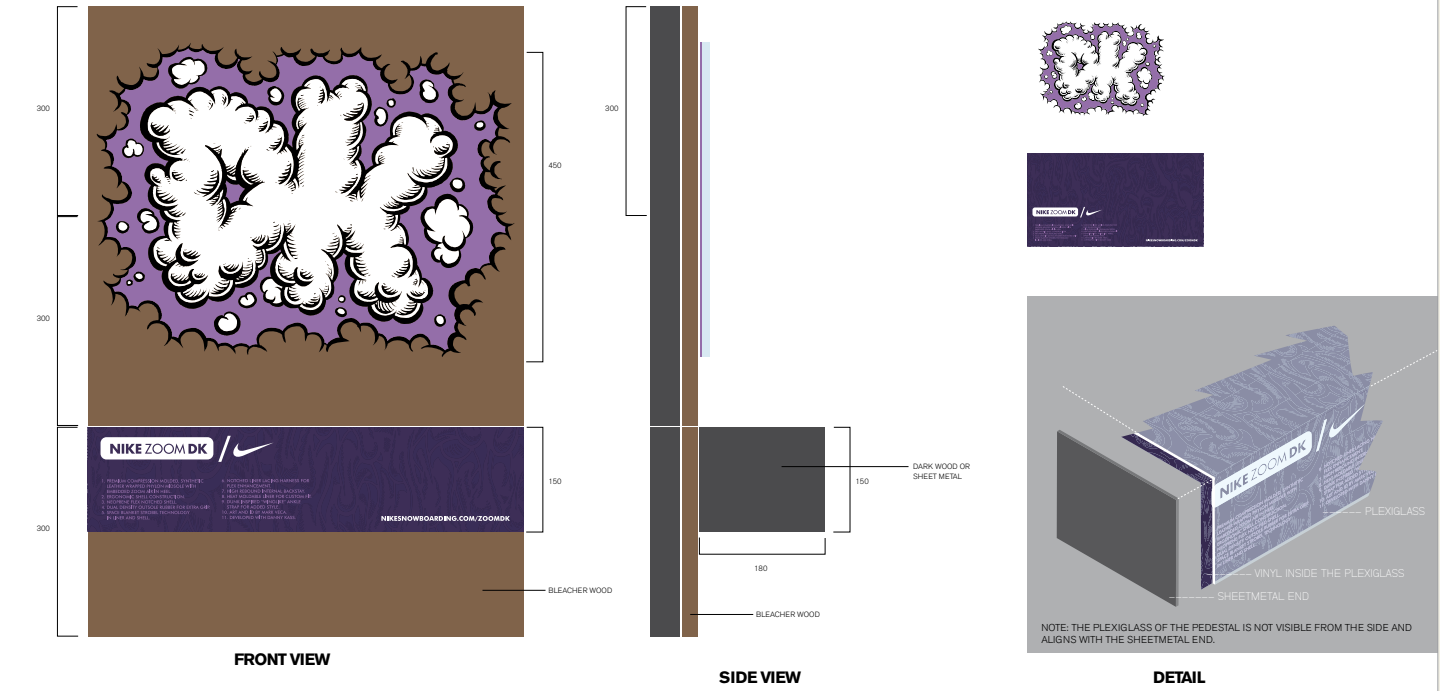


NIKE HQ

MECHANICAL BRIEFS
FOR INSTALLATION
DESIGNS BASED ON
EXISTING CONCEPTS



NIKETOWN LONDON
ACTION SPORTS

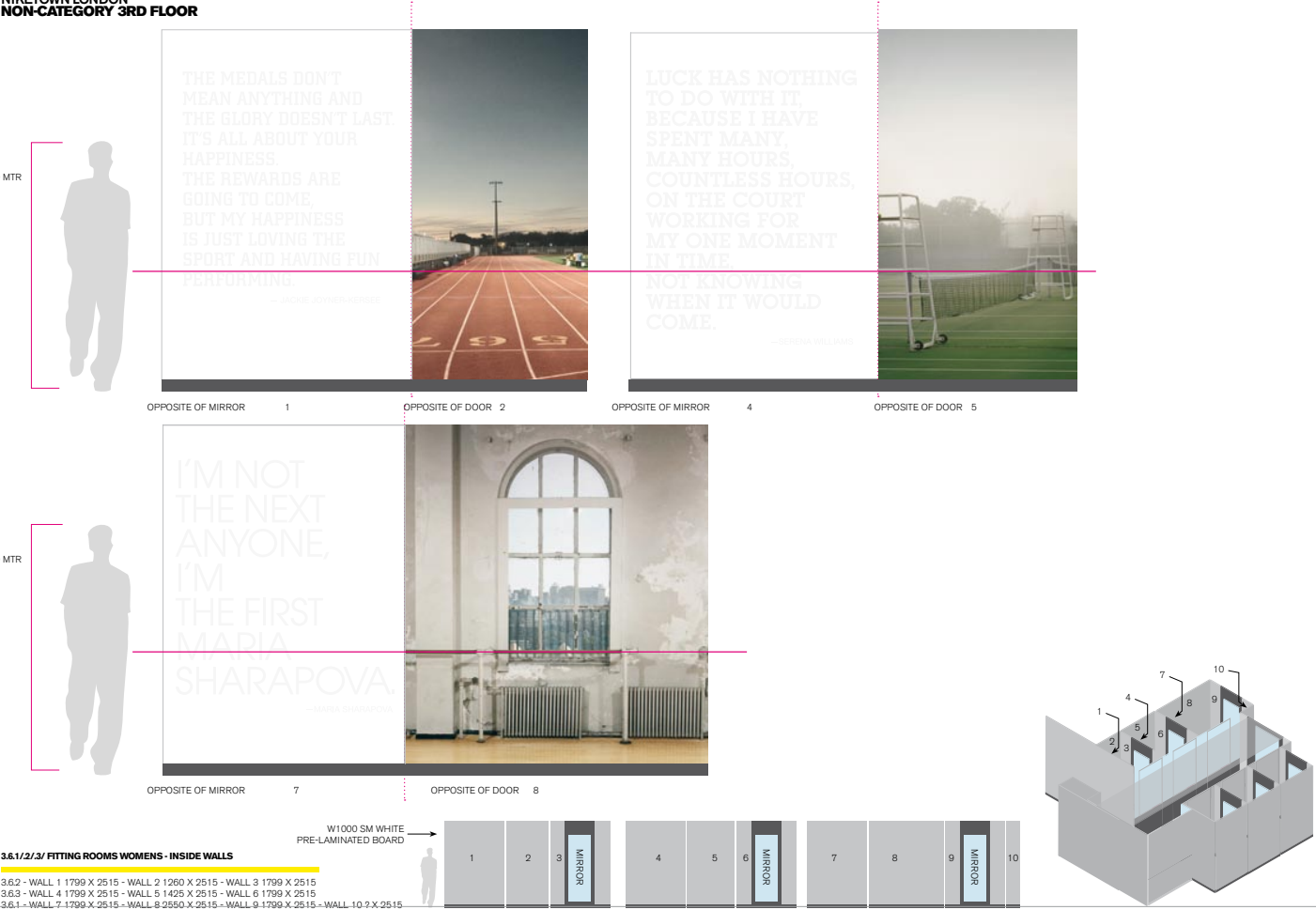


NIKE ZOOM DK - PEDESTAL

PEDESTAL 625 X 150 X 180 - TRANSPARENT PLEXIGLASS WITH VINYL INSIDE
LOGO DK - TRANSPARENT PLEXIGLASS WITH VINYL ON THE BACK



NIKETOWN LONDON
NON-CATEGORY 3RD FLOOR



PHILIPS MALE GROOMING

SHAVER RANGE BUILD-UPS AND FRONT PACKAGE DESIGNS

5-direction DynamicFlex heads

Heads effortlessly flex in 5 directions for extra comfort

GentlePrecision blade system

Blades gently guide hairs for a close, sensitive shave

Comfort Rings

Reduce friction with microbead coating for a smoother result

Informational Panel

Multifunctional Display with 3 level battery indicator

- 5-level Battery Indicator
- Cleaning Indicator
- Low Battery Indicator
- Replacement Head Indicator
- Travel Lock Indicator

V-trackPrecision blade system

Blades perfectly guide hairs into position for a clean shave

Personal Comfort Settings

Personalize your shave by choosing between three settings

Advanced Digital Display

Multifunctional Display with 3 level battery indicator

- 3-digit (%) Battery Level Indicator
- Cleaning Indicator
- Low Battery Indicator
- Replacement Head Indicator
- Travel Lock Indicator

Smooth glide Gentle shave

5-direction Flex heads

Heads flex in 5 directions for a fast close shave

MultiPrecision blade system

Blades raise then cut long and short hairs for a fast shave

Turbo Mode

Shave faster through dense areas with more power

Informational Panel

Multifunctional Display with 3 level battery indicator

- 3-level Battery Indicator
- Cleaning Indicator
- Low Battery Indicator
- Replacement Head Indicator
- Travel Lock Indicator

Clean & close Fast shave

5-direction Flex heads

Heads flex in 5 directions for a fast close shave

ComfortCut blade system

Rounded edges move smoothly over skin for a protective shave

Skin Protection

Rounded edges protect your skin from nicks and cuts

Informational Panel

Multifunctional Display with 3 level battery indicator

- 3-level Battery Indicator
- Cleaning Indicator
- Low Battery Indicator
- Replacement Head Indicator
- Travel Lock Indicator

Wet or Dry Protective shave

8-direction ContourDetect head

Heads dynamically flex in 8 directions for the closest shave

V-trackPrecision blade system

Blades perfectly guide hairs into position for a clean shave

5-direction DynamicFlex heads

Heads effortlessly flex in 5 directions for extra comfort

GentlePrecision blade system

Blades gently guide hairs for a close, sensitive shave

5-direction Flex heads

Heads flex in 5 directions for a fast close shave

MultiPrecision blade system

Blades raise then cut long and short hairs for a fast shave

5-direction Flex heads

Heads flex in 5 directions for a fast close shave

ComfortCut blade system

Rounded edges move smoothly over skin for a protective shave



Shaver series 5000 - s5010
€69



s5100
€79



s5320
€99



s5510
€129



Shaver series 5000 AT - s5050
€59



s5610
€119



s5620
€129

PHILIPS Shaver Range Overview

	Series 9000			Series 7000			Series 5000			Series 5000 AT	
	High	Medium	Low	High	Medium	Low	High	Medium	Low	High	Medium
WOW subline	Single pass Ultimate shave (TBD with CMM)			Smooth glide Gentle shave For sensitive skin			Clean & close Fast shave			Wet or Dry Protective shave	
Marketing text	The Shaver Series 9000 is our most advanced shaver yet. Its unique ContourDetect technology offers exceptional coverage over every contour of your face, and its V-Track system guides hairs into the optimal position for the closest result.			The Shaver Series 7000 is specially designed for sensitive skin to deliver maximum comfort. Its unique Comfort Rings feature a microbead coating which enables the shaver to glide effortlessly across your skin.			The Shaver Series 5000 adds speed to your morning routine with a fast, MultiPrecision blade system and fully washable heads.			The AquaTouch shaver protects your skin while you have a refreshing shave. Our MultiPrecision / ComfortCut blade system with rounded profile heads glides smoothly across, and it's designed to protect your skin.	
Claims	Cuts up to 20% more hair* in a single pass *vs the Philips Sensio Touch Ranges			Philips' #1 for sensitive skin* *compared to other Philips shavers Dermatologically tested: Philips' #1 on sensitive skin* *compared to other Philips shavers			10% / 20% more cutting power with Turbo(+) Mode [Turbo = 10%, Turbo+ = 20%]			Protects 10x better versus a regular blade	
Blade System	V-trackPrecision blade system Blades perfectly guide hairs into position for a clean shave			GentlePrecision blade system Blades gently guide hairs for a close, sensitive shave			MultiPrecision blade system Blades raise then cut long and short hairs for a fast shave			ComfortCut blade system Rounded edges move smoothly over skin for a protective shave	



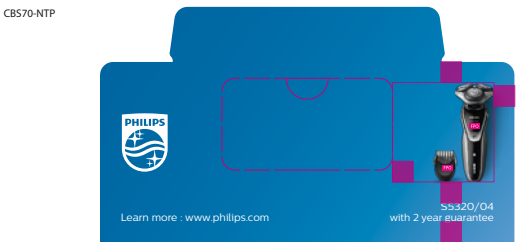
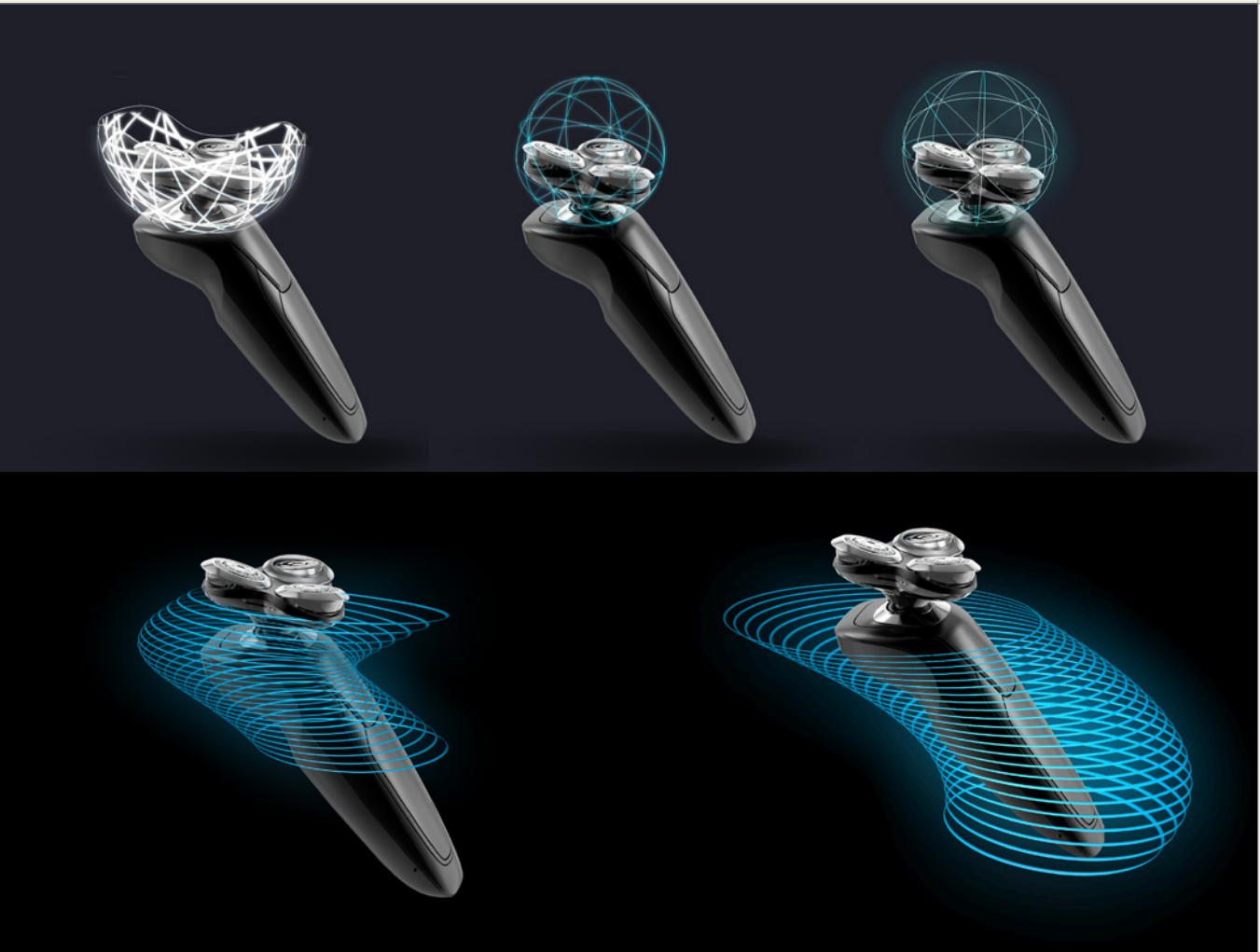
Shaver series 7000 - s7370
€149,99



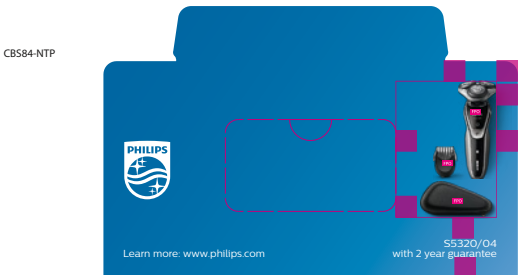
s7530
€169,99

PHILIPS MALE GROOMING

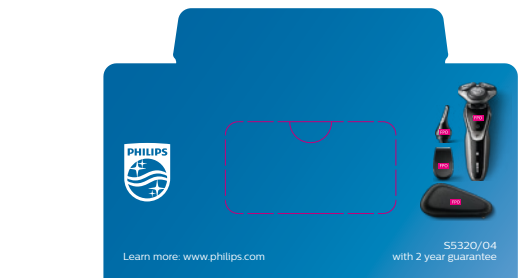
ARTWORK BRIEFINGS, SHAVING VISUALISATION EXPLORATIONS & ASSETS MANAGEMENT



everything is the same size on all TOPs. Smartclick attachment is approximately 1/3 of shaver

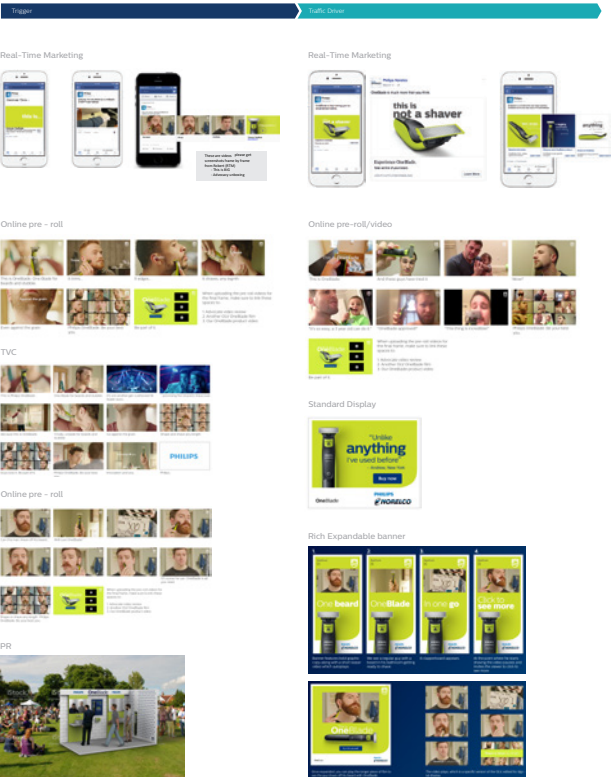


Pouch is a bit smaller than in real life



Philips OneBlade

pre-purchase



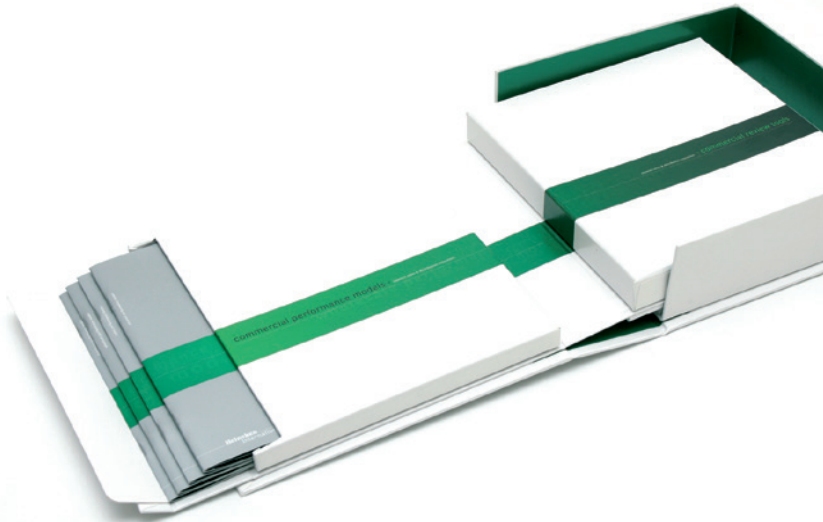
Philips OneBlade

purchase



HEINEKEN TOOLKIT

CONCEPT: ESCOBAR AMSTERDAM
DESIGN: KAMIEL VAN KESSEL



CLIENT: EPRA
DESIGN: KAMIEL VAN KESSEL
LAYOUT/CHARTS DESIGN:
SANDER DE HAAN



FTSE EPRA/NAREIT GLOBAL REAL ESTATE INDICES

GLOBAL

Company	Revenue	Profit	Assets	Liabilities	Equity	Debt	Dividend
1. American Tower	10,000	1,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000
2. Prologis	8,000	800	8,000	8,000	8,000	8,000	8,000
3. Public Service Enterprise Group	7,000	700	7,000	7,000	7,000	7,000	7,000
4. American International Group	6,000	600	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000
5. American International Group	5,000	500	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000
6. American International Group	4,000	400	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000
7. American International Group	3,000	300	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000
8. American International Group	2,000	200	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000
9. American International Group	1,000	100	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
10. American International Group	500	50	500	500	500	500	500

REIT	Revenue	Profit	Assets	Liabilities	Equity	Debt	Dividend
1. American Tower REIT	1,000	100	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
2. Prologis REIT	800	80	800	800	800	800	800
3. Public Service Enterprise Group REIT	700	70	700	700	700	700	700
4. American International Group REIT	600	60	600	600	600	600	600
5. American International Group REIT	500	50	500	500	500	500	500
6. American International Group REIT	400	40	400	400	400	400	400
7. American International Group REIT	300	30	300	300	300	300	300
8. American International Group REIT	200	20	200	200	200	200	200
9. American International Group REIT	100	10	100	100	100	100	100
10. American International Group REIT	50	5	50	50	50	50	50

REIT	Revenue	Profit	Assets	Liabilities	Equity	Debt	Dividend
1. American Tower REIT	1,000	100	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
2. Prologis REIT	800	80	800	800	800	800	800
3. Public Service Enterprise Group REIT	700	70	700	700	700	700	700
4. American International Group REIT	600	60	600	600	600	600	600
5. American International Group REIT	500	50	500	500	500	500	500
6. American International Group REIT	400	40	400	400	400	400	400
7. American International Group REIT	300	30	300	300	300	300	300
8. American International Group REIT	200	20	200	200	200	200	200
9. American International Group REIT	100	10	100	100	100	100	100
10. American International Group REIT	50	5	50	50	50	50	50

Country	Revenue	Profit	Assets	Liabilities	Equity	Debt	Dividend
USA	1,000	100	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
UK	800	80	800	800	800	800	800
France	700	70	700	700	700	700	700
Germany	600	60	600	600	600	600	600
Spain	500	50	500	500	500	500	500
Italy	400	40	400	400	400	400	400
Sweden	300	30	300	300	300	300	300
Netherlands	200	20	200	200	200	200	200
Belgium	100	10	100	100	100	100	100
Austria	50	5	50	50	50	50	50

FTSE EPRA/NAREIT GLOBAL REAL ESTATE INDICES

ASIA

Company	Revenue	Profit	Assets	Liabilities	Equity	Debt	Dividend
1. American Tower	10,000	1,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000
2. Prologis	8,000	800	8,000	8,000	8,000	8,000	8,000
3. Public Service Enterprise Group	7,000	700	7,000	7,000	7,000	7,000	7,000
4. American International Group	6,000	600	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000
5. American International Group	5,000	500	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000
6. American International Group	4,000	400	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000
7. American International Group	3,000	300	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000
8. American International Group	2,000	200	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000
9. American International Group	1,000	100	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
10. American International Group	500	50	500	500	500	500	500

REIT	Revenue	Profit	Assets	Liabilities	Equity	Debt	Dividend
1. American Tower REIT	1,000	100	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
2. Prologis REIT	800	80	800	800	800	800	800
3. Public Service Enterprise Group REIT	700	70	700	700	700	700	700
4. American International Group REIT	600	60	600	600	600	600	600
5. American International Group REIT	500	50	500	500	500	500	500
6. American International Group REIT	400	40	400	400	400	400	400
7. American International Group REIT	300	30	300	300	300	300	300
8. American International Group REIT	200	20	200	200	200	200	200
9. American International Group REIT	100	10	100	100	100	100	100
10. American International Group REIT	50	5	50	50	50	50	50

REIT	Revenue	Profit	Assets	Liabilities	Equity	Debt	Dividend
1. American Tower REIT	1,000	100	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
2. Prologis REIT	800	80	800	800	800	800	800
3. Public Service Enterprise Group REIT	700	70	700	700	700	700	700
4. American International Group REIT	600	60	600	600	600	600	600
5. American International Group REIT	500	50	500	500	500	500	500
6. American International Group REIT	400	40	400	400	400	400	400
7. American International Group REIT	300	30	300	300	300	300	300
8. American International Group REIT	200	20	200	200	200	200	200
9. American International Group REIT	100	10	100	100	100	100	100
10. American International Group REIT	50	5	50	50	50	50	50

Country	Revenue	Profit	Assets	Liabilities	Equity	Debt	Dividend
USA	1,000	100	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
UK	800	80	800	800	800	800	800
France	700	70	700	700	700	700	700
Germany	600	60	600	600	600	600	600
Spain	500	50	500	500	500	500	500
Italy	400	40	400	400	400	400	400
Sweden	300	30	300	300	300	300	300
Netherlands	200	20	200	200	200	200	200
Belgium	100	10	100	100	100	100	100
Austria	50	5	50	50	50	50	50

EPRA'S MONTHLY REPORTS EXTENDED

Following several user requests, our range of monthly products has been extended over the last few months with two new documents: the Company Chart Book and the Emerging Markets Report. This article provides a brief introduction of these reports available to all EPRA members.

Company Chart Book

This report is an extension of the index value of 1,000 over a 12-month rolling period. In this particular example, you can clearly see that the index value has increased from 1,000 to 1,100 over the 12-month period. This indicates that the index value has increased by 10% over the 12-month period. This is a positive sign for the index value and indicates that the index value is increasing over time.

Emerging Markets Report

This report provides a detailed analysis of the emerging markets. It includes a list of the top 10 emerging markets and a detailed analysis of each market. The report also includes a list of the top 10 emerging markets and a detailed analysis of each market. The report also includes a list of the top 10 emerging markets and a detailed analysis of each market.

MARKET FOCUS

Company	Revenue	Profit	Assets	Liabilities	Equity	Debt	Dividend
1. American Tower	10,000	1,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000
2. Prologis	8,000	800	8,000	8,000	8,000	8,000	8,000
3. Public Service Enterprise Group	7,000	700	7,000	7,000	7,000	7,000	7,000
4. American International Group	6,000	600	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000
5. American International Group	5,000	500	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000
6. American International Group	4,000	400	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000
7. American International Group	3,000	300	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000
8. American International Group	2,000	200	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000
9. American International Group	1,000	100	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
10. American International Group	500	50	500	500	500	500	500

REIT	Revenue	Profit	Assets	Liabilities	Equity	Debt	Dividend
1. American Tower REIT	1,000	100	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
2. Prologis REIT	800	80	800	800	800	800	800
3. Public Service Enterprise Group REIT	700	70	700	700	700	700	700
4. American International Group REIT	600	60	600	600	600	600	600
5. American International Group REIT	500	50	500	500	500	500	500
6. American International Group REIT	400	40	400	400	400	400	400
7. American International Group REIT	300	30	300	300	300	300	300
8. American International Group REIT	200	20	200	200	200	200	200
9. American International Group REIT	100	10	100	100	100	100	100
10. American International Group REIT	50	5	50	50	50	50	50

REIT	Revenue	Profit	Assets	Liabilities	Equity	Debt	Dividend
1. American Tower REIT	1,000	100	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
2. Prologis REIT	800	80	800	800	800	800	800
3. Public Service Enterprise Group REIT	700	70	700	700	700	700	700
4. American International Group REIT	600	60	600	600	600	600	600
5. American International Group REIT	500	50	500	500	500	500	500
6. American International Group REIT	400	40	400	400	400	400	400
7. American International Group REIT	300	30	300	300	300	300	300
8. American International Group REIT	200	20	200	200	200	200	200
9. American International Group REIT	100	10	100	100	100	100	100
10. American International Group REIT	50	5	50	50	50	50	50

Country	Revenue	Profit	Assets	Liabilities	Equity	Debt	Dividend
USA	1,000	100	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
UK	800	80	800	800	800	800	800
France	700	70	700	700	700	700	700
Germany	600	60	600	600	600	600	600
Spain	500	50	500	500	500	500	500
Italy	400	40	400	400	400	400	400
Sweden	300	30	300	300	300	300	300
Netherlands	200	20	200	200	200	200	200
Belgium	100	10	100	100	100	100	100
Austria	50	5	50	50	50	50	50

EMERGING ONTO THE STAGE

Ali Zaidi

The FTSE EPRA/NAREIT Emerging Markets Index is a new index that tracks the performance of the top 100 emerging market real estate companies. The index is designed to provide investors with a way to invest in the emerging market real estate sector. The index is composed of 100 companies from 15 different countries, including Brazil, China, India, and South Africa. The index is designed to provide investors with a way to invest in the emerging market real estate sector. The index is composed of 100 companies from 15 different countries, including Brazil, China, India, and South Africa.

Figure 1: Short Term Performance

20 Months Rolling Total Returns (2000)

Company	Revenue	Profit	Assets	Liabilities	Equity	Debt	Dividend
1. American Tower	10,000	1,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000
2. Prologis	8,000	800	8,000	8,000	8,000	8,000	8,000
3. Public Service Enterprise Group	7,000	700	7,000	7,000	7,000	7,000	7,000
4. American International Group	6,000	600	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000
5. American International Group	5,000	500	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000
6. American International Group	4,000	400	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000
7. American International Group	3,000	300	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000
8. American International Group	2,000	200	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000
9. American International Group	1,000	100	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
10. American International Group	500	50	500	500	500	500	500

REIT	Revenue	Profit	Assets	Liabilities	Equity	Debt	Dividend
1. American Tower REIT	1,000	100	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
2. Prologis REIT	800	80	800	800	800	800	800
3. Public Service Enterprise Group REIT	700	70	700	700	700	700	700
4. American International Group REIT							

HET CONCERTGEBOUW

BRANDING CONCEPTS
CLIENT: THE BRANDHOTEL
DESIGN: SANDER DE HAAN



JEZELF BESTUREN

BOOK LAYOUT
DESIGN: KAMIEL VAN KESSEL



BELANGRIJKE THEMA’S



DO’S EN DON’TS BIJ HET ZOEKEN VAN HULP EN PERSOONLIJKE ONTWIKKELING

JEZELF BESTUREN

HOOFDSTUK 3 HANDVATTEN EN OEFENINGEN PER GEBRUIKSAANWIJZING

HANDVATTEN IN ZELFSTURING VOOR DE SERIEUZE DENKER

DE SERIEUZE DENKER

Een voorbeeld:

Hans is opgegroeid als oudste van een groot gezin. Hij heeft van jongs af aan geleerd rekening te houden met anderen. Hij is zorgzaam, gewetensvol en zet zich in voor anderen. In het werk is hij gedreven en doelgericht in zijn functioneren. Daarin stelt hij zich bescheiden op en verzet in stilte veel werk. Collega’s voelen zich bij hem vertrouwd en vragen hem regelmatig om raad. Tot zijn eigen verrassing wordt Hans gevraagd als manager van een afdeling. Het werk dat hij heeft verzet is niet ongezien gebleven. Hij is blij met de erkenning die hij voor zijn werk krijgt en besluit op het aanbod in te gaan. Alleen, hij heeft ergens wel wat twijfels. Hij hoeft zichzelf niet zo nodig te profileren en deze functie zal dat toch vragen. Verder heeft hij moeite met de politieke spelletjes die deze rol met zich meebrengt. Hij kent zichzelf langer dan vandaag. Zolang de sfeer in het managementteam kameraadschappelijk is zal het hem wel lukken, maar bij gemis aan steun en draagvlak weet hij uit ervaring dat dit de nodige spanning kan oproepen. Hij besluit het erop te wagen; hij is jong genoeg om nog een hoop te leren.

Na een paar maanden werk in de nieuwe functie moet hij eerlijk bekennen dat het tegenvalt. Hij voelt zich een soort vliegende keeper die alle fouten of knelpunten moet oplossen of zien te voorkomen. Hij ergert zich aan het gebrek aan verantwoordelijkheidsgevoel van medewerkers en collega-managers, die niet verder lijkt te reiken dan de eigen klus. Hij mist een gezamenlijke inzet voor de doelen van het bedrijf.

Waar in zijn vorige functie “het denkwerk” dat hij deed op zijn plaats was en werd gewaardeerd, blijkt het in zijn rol van manager eerder vertragend te werken. De werkcultuur is er een van snelle actie en besluiten. Er is weinig ruimte voor wikken en wegen.

Hij moet eerlijk toegeven dat hij het werk van “inhoudelijk expert” mist. Na rijp beraad en overleg met het thuisfront besluit hij zijn functie neer te leggen en terug te keren in zijn rol van expert. Hij weet dat hij niet de goede persoon is op de goede plaats.

De directie is verbaasd over zijn conclusie. Ze hadden zijn spanningen in zijn nieuwe rol niet gemerkt. Ze accepteren zijn beslissing.

Advies

Eigenlijk geen. Hans heeft tijdig de signalen van spanning en verminderd werkplezier in zijn nieuwe rol opgepakt. Hij nam de verantwoordelijkheid hiervoor en besloot terug te keren in de rol waarin

44

JEZELF BESTUREN

kelijker je mening te uiten en gewenste acties uit te voeren. Anderen zullen hierop reageren met uitspraken als: “Je bent naturel”, “Je bent duidelijk”, “Ik weet wat ik aan je heb”.

Stap 3: actie en resultaat

Besef dat “het voelen en denken voor anderen” je ervan weerhoudt om je gewenste actie uit te voeren. Het uitvoeren van de gewenste actie vraagt het overwinnen van je eigen angsten en zorgen. Je kunt alleen de angst overwinnen door je te richten op het resultaat. Juist het overwinnen van je angsten maakt weerbaar voor de toekomst. Echter het is “wel even door de zure appel heen bijten”, zeker wanneer anderen gewend zijn dat je altijd inspeelt op hun wensen en grillen.

Begin voor jezelf met acties die het minst spanning oproepen en bouw dit op naar acties die het meest spanning oproepen.

MIJN GEWENSTE ACTIE	RESULTAAT (OP LANGE TERMIJN)
Tv uitzetten	Kinderen leren spelen en zichzelf vermaken
Geen geld geven	Mijn vriendin leert zelf met geld omgaan en er komt ruimte voor vriendschap ipv dat ze mij ziet als haar geldschieder
Vragen het uitlaten te verdelen	We dragen samen zorg voor de hond
Nee zeggen	Ik heb tijd voor mijn relatie en laat stevigheid zien naar mijn manager
Op de agenda zetten van probleem in de groep	Een sterker teamfunctioneren door gezamenlijke inzet voor zware en lichte taken

Check je beelden door vragen te stellen

De open gevoelige is er goed in “verhalen in zijn hoofd te halen”. In de meeste gevallen zijn dit negatieve hersenspinsels over hem- of haarzelf of de omgeving. Echter, de negatieve emoties hierover kunnen lang blijven rondzingen. Een eenvoudige manier om de eigen beelden te checken is het stellen van vragen. Stel deze vragen zo open mogelijk, zodat een ander vrij is om te reageren. Voorbeelden zijn:

JOUW HERSENSPINSEL	JOUW CHECK VRAAG
Ik presteer onder de maat	Wat is jouw mening over mijn prestatie?
Hij/zij ziet me niet meer zitten	Hoe kijk je tegen me aan?
Ik kan beter	Wat heb ik al bereikt?

Check je beelden door eigen observaties

Het is belangrijk om check-vragen van eigen beelden binnen proporties te houden. Een open gevoelige kan zich te afhankelijk gaan opstellen van bevestiging door anderen. Een andere manier om beelden en gevoelens te corrigeren is objectief te observeren. Wat gebeurt er in de werkelijkheid en in hoeverre wijkt dit af van jouw hersenspinsel?

94

HANDVATTEN EN OEFENINGEN PER GEBRUIKSAANWIJZING

hij wel goed gedijde. Hooguit kan het verstandig zijn de twijfels en zorgen over zijn functioneren in de nieuwe rol eerder met zijn omgeving te delen. Door zijn besluit (na veel innerlijk denkwerk) aan het eind van de rit mee te delen kan de omgeving zich overvallen voelen, maar ook niet gekend voelen als gesprekspartner in een dergelijke situatie.

In de praktijk komt het vaker voor dat mensen vanwege hun harde werk en loyale inzet een leidinggevende positie krijgen aangeboden. Het is begrijpelijk omdat deze promotie geldt als een waardering van de betekenis voor het bedrijf. Te vaak wordt vergeten de vraag te stellen of een dergelijke rol ten diepste wel bij de persoonlijkheid past. Dikwijls spelen ergevoel en financiën een rol in het zich bewijzen in een positie die eigenlijk niet past bij de persoon. Vroeg of laat hangt daar een prijskaartje aan in de persoon, privé- of werksituatie. Tijdig luisteren naar en handelen op basis van signalen van spanning of onvrede voorkomt een hoop ellende.

Een voorbeeld:

Tirza werkt als verpleegkundige in een groot ziekenhuis. Ze is net bevallen van haar tweede kindje en haar zwangerschapsverlof loopt ten einde. Ze maakt zich zorgen over hoe ze de onregelmatige diensten moet combineren met de zorg voor haar gezin. Voor haar verlof heeft de leidinggevende uitdrukkelijk aangegeven dat ze net zo inzetbaar moet zijn als alle anderen. “Iedereen wil wel zoveel mogelijk dagdiensten draaien, er kan geen voorkeursbehandeling gegeven worden aan moeders met kinderen, dan krijg ik nooit mijn rooster rond”. Tirza heeft begrip voor deze redenering, maar hoopt op een beetje flexibiliteit. Zeker nu haar schoonmoeder heeft aangegeven geen drie maar twee dagen te kunnen oppassen. Ze piekert zich suf over een oplossing. Uiteindelijk vindt ze een vriendin bereid om een dag per week bij te springen op onregelmatige tijden.

Eenmaal weer aan het werk heeft ze het zeer naar de zin. Ook de leidinggevende is tevreden dat ze na haar verlof alles zo vlot weer oppakt. Tirza blijft zich ergens toch zorgen maken over de wankele basis van de oppas. Het geeft haar onrust van anderzins “goodwill en gunsten” afhankelijk te zijn. Ze voelt zich schuldig naar haar schoonmoeder en vriendin toe. Ze bespreekt dit met haar man, maar hij vindt het onzin: “Ze doen het toch met plezier en geven om de kinderen?”. Ze besluit hem niet meer met haar zorgen lastig te vallen. Hij heeft immers een drukke baan als ondernemer en wel wat beters aan zijn hoofd dan dit gezeur.

Wanneer haar schoonmoeder onverwacht twee weken ziek is, is voor Tirza de maat vol. Ze kan niet tegen de spanning van het onverwacht uitvallen van de oppas, terwijl er op het werk wel op haar gerekend wordt.

Ze bespreekt samen met haar man alle opties voor een alternatieve oplossing. Een kinderdagverblijf is geen optie. De kosten liggen voor hen te hoog en bovendien is het niet mogelijk de kinderen op onregelmatige dagen en tijden te brengen. De mogelijkheid dat haar man minder gaat werken passeert ook de revue. Maar ook dat is geen optie, want ze kunnen zijn (hogere) inkomen niet missen.

Uiteindelijk besluiten ze dat Tirza zo zoek gaat naar een andere baan met regelmatige werktijden, tijdens kantooruren. Hoewel ze enerzijds verstandelijk achter deze beslissing staat (tenslotte moet ik mijn verantwoordelijkheid nemen om mijn kinderen groot te brengen), gaat het haar aan het hart

45

HANDVATTEN EN OEFENINGEN PER GEBRUIKSAANWIJZING

JOUW HERSENSPINSEL	JOUW OBJECTIEVE OBSERVATIE
Ik ben geen goede vader/moeder	De kinderen spelen rustig en hebben plezier
Ik schiet tekort op mijn werk	Vorige week heb ik een deadline gehaald
Mijn vriendin vindt me niet aardig omdat ik een afspraak heb afgezegd	Ze vertelde me vorige week nog dat ik veel voor haar betekende

2. OEFENING: TIPS VOOR EFFECTIEF TIJD- EN ENERGIEBEHEER

De open gevoelige kan zich sterk laten leiden door de indrukken om zich heen of de indrukken uit de eigen binnenwereld. Hij of zij reageert direct op deze prikkels. De open gevoelige reageert als het ware sterk “omgevingsgestuurd” in plaats van “zelfgestuurd”. Het maakt dat de open gevoelige gauw is afgeleid en moeite heeft om eigen plannen of wensen vast te houden. Het dagelijks privé- en werkleven kan daardoor chaotisch verlopen. Het kan veel rust geven om zowel voor het werk als privé een rooster te maken.

- Begin de dag met een persoonlijke wens die je deze dag wilt uitvoeren of wat je graag wilt leren. Maak deze wens zo concreet mogelijk. Bijvoorbeeld: “Ik wil vandaag ontspannen kunnen werken door tussen 11.00 en 12.00 uur mijn deur dicht te doen en de telefoon door te schakelen”. Of als het gaat om de wens om iets te leren: “Ik wil tijdens de vergadering oefenen in het goed samenvatten van de verschillende standpunten. Na de vergadering vraag ik een collega om een reactie”.
- De energicyclus van de meeste mensen heeft zijn optimale waarde in de ochtenduren, met name tussen 10.00 à 11.00 en 13.00 uur. Daarna neemt de energie af (de lunchdip). Deze neemt weer toe tussen 15.00 en 17.00 uur om daarna opnieuw af te nemen. Het levert veel tijdswinst op om hier in de planning van je werk rekening mee te houden. Tussen 11.00 en 13.00 uur is het een geschikte tijd om je bezig te houden met taken die veel denkwerk en concentratie vragen. De energiedip in de middag zo tussen 13.30 en 15.00 uur kan het beste gebruikt worden voor routinekussens, telefoontjes, bijpraten met collega’s en vergaderingen met een sociaal karakter. Vanaf 15.00 uur neemt de energie weer toe en kun je je beter concentreren op taken die veel van je denkkracht vragen. Wanneer je je werk zo indeelt is er een afwisselend ritme tussen “denk-” en “doe”-activiteiten.
- Zoek een rustige werkruimte om de energiepieken optimaal te benutten. Laat aan anderen weten dat je in die periode niet gestoord kunt worden.
- De mens kan zich maximaal een uur tot anderhalf uur concentreren op een taak of activiteit. Daarna neemt de concentratie en daarmee de productiviteit af. Las daarom geregeld kleine pauzes in en zorg voor afwisseling in het werk.
- Begin ’s ochtends op je werk met een “to-do lijst” volgens het “wasmand-principe”. Dat wil zeggen dat je alles opschrijft wat je die dag wilt doen, zowel op het werk als thuis, de kleine dingen (bijv. niet vergeten een cadeautje te kopen) tot de grote dingen (rapport afmaken). Verdeel deze activiteiten in een A-, B- en C-prioriteit. A-prioriteiten staan voor activiteiten die het belangrijkste zijn op dit moment. Deze activiteiten kun je het beste tussen 11.00 en 13.00 uur plannen.

95



Driemaandelijkse verschijnende nieuwsbrief voor dealers

actueel

CombiKeuze Totaal nu verkrijgbaar

In de vorige dealernieuwsbrief hebben we u al geïnformeerd over het nieuwe multiplay pakket van @Home. Onder de naam CombiKeuze Totaal zijn in dit pakket drie diensten vertegenwoordigd: internet, telefonie en TV Digitaal. Inmiddels zijn de testen en info-avonden succesvol afgerond. Hoogste tijd dus om het pakket op de markt te brengen!

Volop keuzes!
De klant kan zijn CombiKeuze Totaal pakket naar eigen wens samenstellen. Het meest eenvoudige pakket bevat het BasisBellen-abonnement van telefonie, TV Digitaal en Internet Soms en kost slechts € 30 per maand. Dit pakket bevat meteen ook een digitale ontvanger met Startpakket TV Digitaal. Wil hij dit uitbreiden met Internet? Regelmatisch, dan betaalt hij € 42 per maand. Voor € 60 per maand kan hij zelfs supersnel internetten met Internet Intensief. Daarnaast is CombiKeuze Totaal uit te breiden met aanvullende abonnementen voor TV Digitaal en telefonie. Zo heeft hij altijd een abonnement dat bij hem past!

Bestellen via dealersite
CombiKeuze Totaal is verkrijgbaar vanaf half oktober. Bestellen kan via de dealersite van @Home. Het pakket wordt geleverd in één handige omdoos (inclusief digitale ontvanger),

u hoeft dus geen losse pakketten voor internet, telefonie of TV Digitaal te bestellen! Mocht u nog vragen hebben, kijk dan op de dealersite of neem contact op met uw vaste contactpersoon.

Speciaal introductieaanbod:
2 maanden voor € 0! (winkeladviesprijs is 70 euro)
Natuurlijk laten we de introductie van dit unieke pakket niet ongemerkt voorbijgaan. Daarom geldt er vanaf 23 oktober tot en met 28 januari 2007 een speciaal introductieaanbod voor CombiKeuze Totaal: 2 maanden vrijblijvend proberen voor € 0! De klant betaalt dan € 70 in de winkel en deze wordt verrekend met de abonnementskosten.

Oktober 2006
Inhoud:
Flinke opmars PVR 2
Telefoniepakket los verkrijgbaar 2
Maak kans op kaarten 3
@Home Sensatie komt er weer aan! 3
even voorstellen... 3
Succes acties in Oss en Boxmeer 4

@Home sluit het jaar af met spetterende aanbiedingen!

@Home sluit het jaar af met extra scherpe aanbiedingen. Elk internet abonnement van @Home kan gratis 2 maanden vrijblijvend worden geprobeerd. En wie tussen 23 oktober en 28 januari een abonnement neemt op internet én telefonie van @Home, mag beide diensten 2 maanden vrijblijvend proberen voor € 0! Blijft hij daarna abonnee, dan is ook het installatiepakket gratis. De klant betaalt dan in de winkel € 35 euro en krijgt deze op 1e factuur gereïnd.

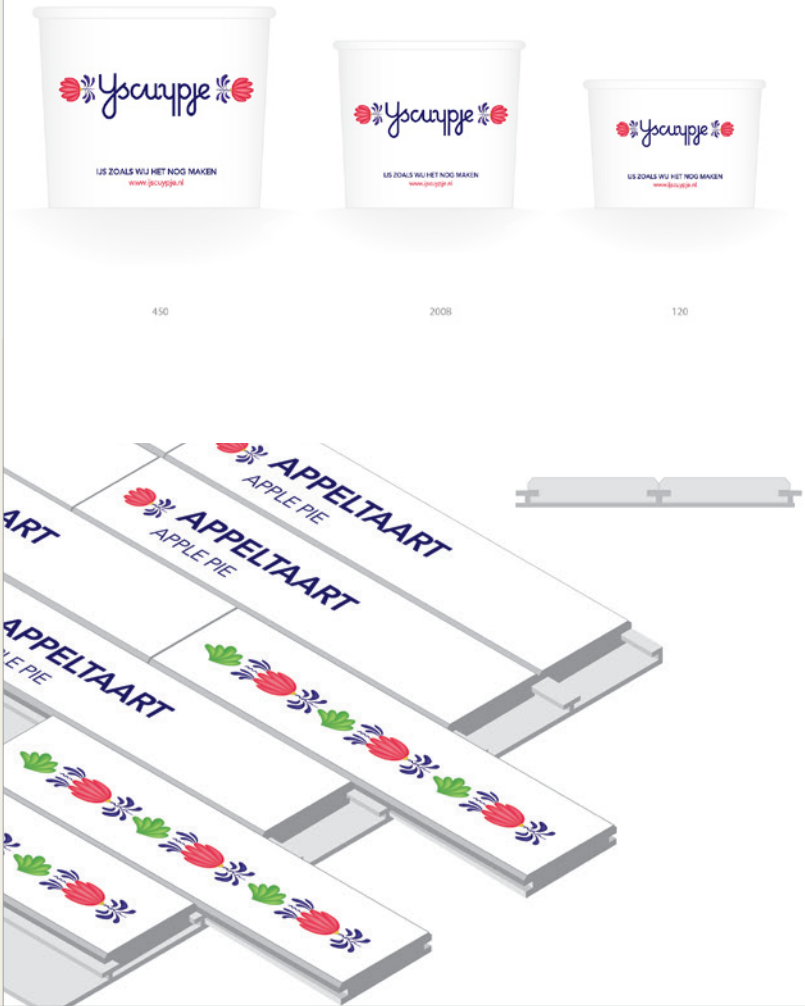
Nieuwe abonnees voor TV Digitaal krijgen in dezelfde periode maar liefst € 40 korting op de digitale ontvanger bij afname van een aanvullend abonnement (dus: TV Digitaal Extra, Film1, Sport1 of TV HD)! Vanzelfsprekend ontvangt u als dealer tijdig het nieuwe POS-materiaal en de benodigde informatie voor deze aanbiedingen.

@ Home
tv • internet • telefoon



IJSCUIJPJE
RESTYLING

PACKAGING AND POS MATERIAL
DESIGN: KAMIEL VAN KESSEL



Roomys

-  **VANILLE**
VANILLA
-  **CHOCOLADE**
CHOCOLATE
-  **CHOCOLADE KOEKJES** ⓘ
CHOCOLATE CHIP COOKIES
-  **STRACCIATELLA**
CHOCOLATE CHIP

-  **STRAWBERRY CHEESECAKE**
STRAWBERRY CHEESECAKE
-  **STRAWBERRY CHEESECAKE**
STRAWBERRY CHEESECAKE

-  **HAZELNOOT**
HAZELNUT
-  **PISTACHE**
PISTACHIO
-  **APPELTAART** ⓘ
APPLE PIE
-  **YOGHURT**
YOGHURT

-  **STRAWBERRY CHEESECAKE**
STRAWBERRY CHEESECAKE
-  **STRAWBERRY CHEESECAKE**
STRAWBERRY CHEESECAKE

Sorbetys

-  **AARDBEI**
STRAWBERRY
-  **CITROEN**
LEMON
-  **FRAMBOOS**
RASPBERRY
-  **MANGO**
MANGO

-  **BLOEDSINASAPPEL**
BLOEDSINASAPPEL
-  **BLOEDSINASAPPEL**
BLOEDSINASAPPEL

-  **1,50**
-  **2,75**
-  **3,75**
-  **0,60**
-  **6,75**
-  **13,00**
-  **3,25**

ⓘ **BEVAT GLUTEN OF SPOREN VAN GLUTEN**
CONTAINS GLUTEN OR TRACES OF GLUTEN

SORBETIJS BEVAT 60% VRUCHTENPUREE ZONDER TOEVOEGING VAN ZUIVEL
SORBET CONTAINS 60% FRUIT PUREE WITH NO ADDED DAIRY

*** MILKSHAKES ZIJN VERKRIJGBAAR IN ALLE IJSSMAKEN. MELK OF SOJA**
MILKSHAKES ARE AVAILABLE IN ALL FLAVORS OF ICECREAM. MILK OR SOYA

Het logo van Bibliotheek Rotterdam staat op een witte tag met slagschaduw. We plaatsen het logo altijd met deze witte tag.

De slagschaduw staat op overdruk. Hierdoor kun je het logo op zowel een witte of gekleurde achtergrond als op een foto plaatsen.

De standaardpositie van het logo is rechtsonder, rechtslijnend. Indien rechtslijnend geen optie is (door bijvoorbeeld technische redenen), mag je bij hoge uitzondering het aan de linkerkant plaatsen. Voorbeeld hiervan is het logo op de website.

Voor publicatie op uitingen van externe partners – die vanwege hun eigen huisstijlregels niet kunnen voldoen aan de huisstijl van Bibliotheek Rotterdam – is er een vrijstaande logotag. Deze kan één op één worden doorgestuurd en door worden geplaatst.



Standaard logopositie



Uitzondering op de standaardpositie. Dit mag enkel indien er geen enkele mogelijkheid is om het logo rechts te plaatsen.



Gekleurde achtergrond



Vrijstaande logotag zonder slagschaduw voor signing en partners met eigen huisstijl

Lay-out stramien

Een vierkant is de basismaat van het stramien en elk formaat heeft 40 vierkantjes langs de korte kant.

Om een stramien op te zetten wordt de korte kant van het op te maken formaat gedeeld over 40. Dus voor elke formaat is de afmeting van het vierkantje anders.

Voorbeeld:
Op te maken formaat is A4 staand, met een korte kant van 210mm: $210 : 40 = 5,25\text{mm}$. Dit getal kan dan ingevoerd worden in de gridinstellingen van je programma.

Deze opzet van het stramien kan je ook gebruiken voor andere formaten of digitale lay-outs.

Het grid kent twee beperkingen:
1. Het logo en de oranje balk staan altijd vast onderaan de pagina gelijnd, onafhankelijk van het grid.
2. Overige elementen hebben links, boven en rechts altijd een minimale marge van 2 vierkantjes vanaf de rand.



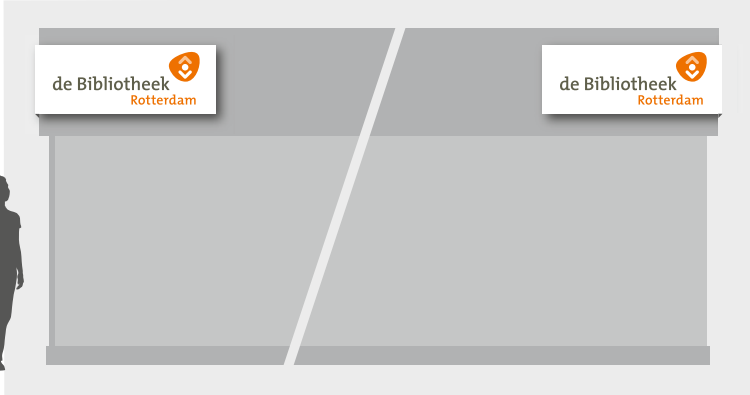
Signing - gevel

Het 'Bibliotheek Rotterdam'-logo (zonder slagschaduw) gebruiken we bovenop gebouwen als light box. Als het mogelijk is, gebruik je de oranje band om de herkenbaarheid te vergroten.

De oranje band plaats je in dit geval samen met de logotag. Hoogte van de oranje band kan per locatie verschillen, maar de opzet zoals beschreven op pagina 9 is leidend.

De logotag kun je aflopend plaatsen in de linker- of rechterhoek van façades, zoals hier is aangegeven (de slagschaduw ontstaat hier door het materiaal, niet door print).

Per locatie moet er met de vormgever – aangewezen door team Marketing & Communicatie – gekeken worden naar de mogelijkheden en beperkingen. De signing basis in dit huisstijlhandboek is hierbij leidend.



Typografie - tekstblokken

Tekstblokken zijn een integraal onderdeel van de huisstijl en gebruiken we enkel voor headers en titels. De tekstblokken voeren altijd de boventoon en zijn een dominante factor in de lay-out. Ze mogen nooit ondergeschikt zijn aan de bodytekst die niet in een tekstblok staan.

De minimale hoogte van de tekstblokken is 4 vierkantjes voor liggende lay-out en 7 voor staande lay-out (zie pagina 17). De lengte van de blokken hangt af van de hoeveelheid tekst.

De marges van de blokken zijn gebaseerd op de x-hoogte van onderkast te delen door vier. De hoogte kan bepaald worden door een verticaal streepje te tikken. De marges boven en onder zijn 1 x-je.

Een tekstblok mag niet meer dan vier regels hebben. Als de tekst te lang is, gebruik dan géén blok.

Nadat je de grootte van het tekstblok hebt bepaald, 'druk' je de witte letters uit de blokken zodat de onderliggende kleur of afbeelding zichtbaar wordt.
Op een witte achtergrond mag je alleen een oranje tekstblok plaatsen. De overige kleuren worden niet gebruikt als tekstblok.

De marges boven en onder het verticale streepje bepaalt de hoogte van het blok

Voorbeeld van letters zonder staart (ij, g, y, etc.)

Voorbeeld van letters met staart (ij, g, y, etc.) en interlinie 1,5 x-jes

De achtergrond bepaalt de kleur van het tekstblok:
Witte achtergrond = oranje blok
Gekleurd of afbeelding = wit blok



Afbeelding: wit tekstblok



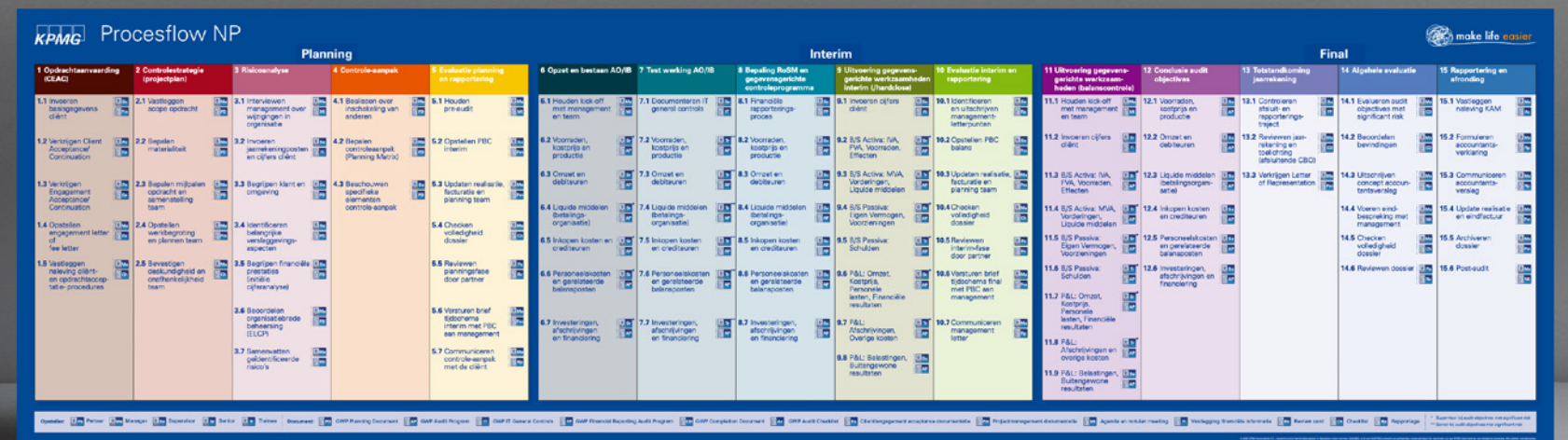
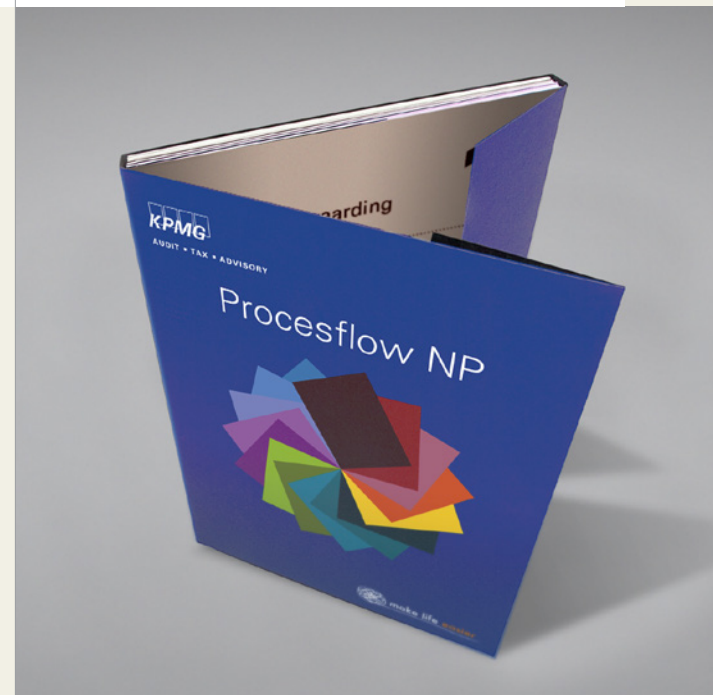
Witte achtergrond: oranje tekstblok



Gekleurde achtergrond: wit tekstblok

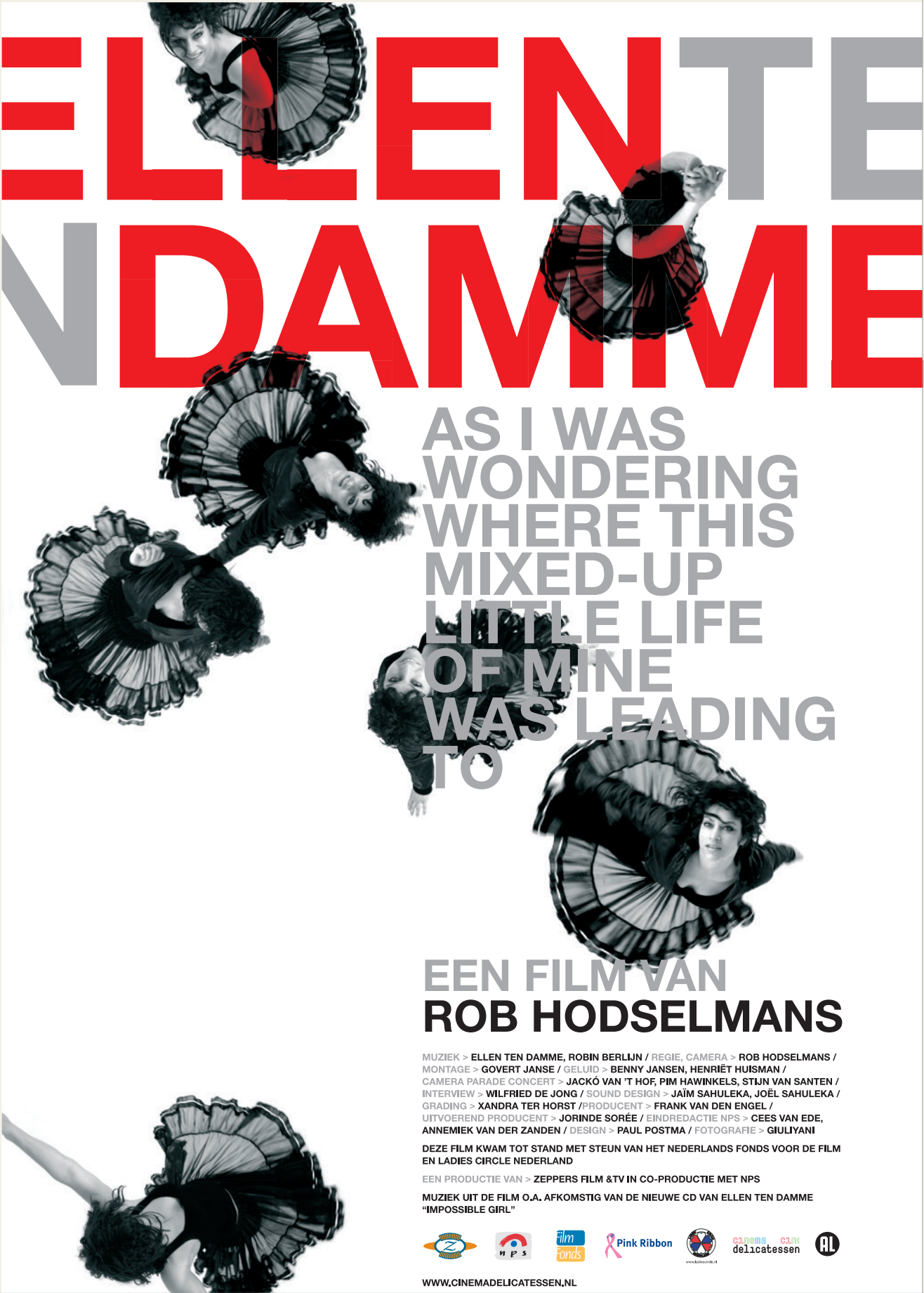
RACI PROCESS + PROJECT TIMELINE VISUALISATION

CLIENT: KROESE BRANDS & BEHAVIOUR
DESIGN: SANDER DE HAAN & KAMIEL VAN
KESSEL



HAZAZAH

DESIGN: PAUL POSTMA
POSTER PRINTED WITH A MIX
OF CMYK INKS REPLACED BY
PANTONE INKS



GARDENFLAT

ALL MATERIAL RESEARCH,
DESIGN, PRODUCTION &
INSTALLATION BY ME.

