

Ostervelde

BRANDBOOK · MERKIDENTITEIT EN HUISSTIJL

VERSIE 1.0 · 2026

Inhoud

I	Wie we zijn	3
	Ons verhaal	4
	Missie, visie en waarden	5
	Doelgroep en markt	6
	Positionering en aanbod	7
	Persoonlijkheid en schrijfstijl	8
	Woorden en voorbeelden	9
2	Hoe we eruitzien	10
	Het logo en de gedachte erachter	11
	Logovarianten	12
	Vrije ruimte en fout gebruik	13
	Kleurenpalet	14
	Kleurgebruik en contrast	15
	Typografie	16
	Beeldstijl	17
	Grafische elementen	18
3	Toepassingen	19
	Visitekaartje en briefpapier	20
	Offerte en e-mail	21
	Website en social media	22
	Afsprakenkaart en verwijzerskaartje	23
	Informatiefolder voor nieuwe cliënten	24
4	Praktisch	25
	Checklist en bestanden	25

ZO GEBRUIK JE DIT BOEK

Dit brandbook legt vast wie Ostervelde Psychologie is, hoe het merk klinkt en hoe het eruitziet. Het is voor iedereen die iets maakt voor het bedrijf: de eigenaar, een drukker, een webbouwer, een reclamemaker of een nieuwe collega.

Twijfel je? Sla het boek open voordat je iets publiceert. Staat je vraag er niet in, kies dan wat het rustigst en het duidelijkst is.

Ontwerpstudie van Koersmerk. Ostervelde Psychologie is een fictief bedrijf; namen, prijzen en situaties zijn verzonnen om te laten zien hoe een brandbook eruitziet.

1

HOOFDSTUK 1

Wie we zijn

Het verhaal, de waarden en de mensen voor wie het merk werkt.

ONS VERHAAL

Even op adem komen. Dan verder.

Ostervelde is een kleine praktijk voor volwassenen met angst- en stemmingsklachten. Wie zich aanmeldt, weet vooraf hoe lang hij moet wachten, wat er wordt vergoed en wat hij kan verwachten.

Wie een psycholoog zoekt, doet dat zelden op een goede dag. Vaak heeft hij lang over de stap gedaan, en dan komt hij op sites vol vaktaal en zonsondergangen. De vragen die hij echt heeft, blijven liggen: kan ik hier terecht met wat ik heb, hoe lang moet ik wachten, en wat moet ik zelf betalen.

Ostervelde beantwoordt die drie vragen eerst, op elke pagina. Daarna pas de werkwijze: een intake en adviesgesprek, een kortdurende behandeling als die past, en een paar gesprekken om terugval te voorkomen. De praktijk doet geen beloftes over de uitkomst. Wel over de manier van werken: zorgvuldig, duidelijk over wat er gaat gebeuren, en eerlijk als een andere plek beter past.

WAAROM DEZE NAAM

Ostervelde klinkt als een plek, niet als een behandeling. Oster doet denken aan oost, de kant waar het licht begint; velde aan een open veld waar je overheen kunt kijken. Het is ook een naam die niets verradt: wie zegt 'ik heb een afspraak bij Ostervelde', hoeft niet uit te leggen waarom.

WAAR WE OVER DRIE JAAR STAAN

Over drie jaar is Ostervelde voor huisartsen en praktijkondersteuners in de omgeving een vaste en voorspelbare verwijzplek. De wachttijd staat altijd actueel online, aanmelden kost minder dan tien minuten, en cliënten weten na de intake precies wat er gaat gebeuren.

MISSIE

Volwassenen met angst- en stemmingsklachten een rustige, duidelijke plek bieden, waar ze vanaf de eerste klik weten waar ze aan toe zijn.

VISIE

Duidelijkheid hoort bij goede zorg. Wie weet wat er gaat gebeuren, hoeft zich daar in elk geval geen zorgen over te maken.

KERNWAARDEN

Rust

Alles wat de praktijk maakt, laat ruimte en vraagt niets wat niet nodig is.

WEL

Een aanmeldformulier met zes vragen; de rest komt in de intake aan bod.

NIET

Een lange vragenlijst sturen voordat iemand een mens heeft gesproken.

Duidelijkheid

Een nieuwe cliënt weet altijd wat de volgende stap is, wanneer die komt en wat die kost.

WEL

De actuele wachttijd bovenaan elke pagina, met de datum waarop hij is bijgewerkt.

NIET

'Neem contact op voor de actuele wachttijd.'

Discretie

Wat hier besproken wordt, en zelfs dat iemand hier komt, blijft van de cliënt.

WEL

Afsprakenkaart, enveloppen en sms-herinneringen met alleen de naam Ostervelde, zonder het woord psychologie.

NIET

Een herinnering sturen met 'Uw afspraak bij de psycholoog morgen om 10.00 uur'.

Voor wie we er zijn

KLANTPROFIEL 1

De volwassene die de stap zet

Situatie	Tussen 25 en 65, heeft al maanden last van piekeren, paniek of somberheid. Werkt vaak nog, maar het kost steeds meer moeite. De huisarts heeft voorgesteld om naar een psycholoog te gaan.
Vraag	Kan ik hier terecht met wat ik heb, en hoe snel?
Twijfel	Is wat ik heb wel erg genoeg voor een psycholoog, en wat gaat het me kosten?
Vindt ons	Na het gesprek met de huisarts zoekt hij de naam op. Hij leest de site 's avonds op zijn telefoon en meldt zich liever online aan dan dat hij belt.

KLANTPROFIEL 2

De huisarts of praktijkondersteuner

Situatie	Ziet elke week mensen voor wie de begeleiding in de huisartsenpraktijk niet genoeg is. Heeft weinig tijd per verwijzing en zoekt een praktijk met een overzichtelijke wachttijd.
Vraag	Waar kan ik deze patiënt naartoe sturen, en wanneer wordt hij gezien?
Twijfel	Past deze praktijk bij deze klachten, of komt de patiënt na de intake weer bij mij terug?
Vindt ons	Via het verwijzerskaartje, een kort kennismakingsbezoek in de huisartsenpraktijk en de pagina voor verwijzers op de site.

WAT WE IN DE MARKT ZAGEN

Sites van vrijgevestigde psychologen lijken sterk op elkaar: een zonsondergang of een pad door het bos, en een openingszin over groei en heling. De praktische informatie staat vaak achteraan: de wachttijd onder Contact, de vergoeding in een pdf. Juist mensen met angstklachten willen weten waar ze aan toe zijn voordat ze bellen. Daar is ruimte voor een praktijk die dat vooraan zet.

POSITIONERING

Voor volwassenen met angst- en stemmingsklachten die vooraf willen weten waar ze aan toe zijn, is Ostervelde de psychologenpraktijk die wachttijd, vergoeding en werkwijze op elke pagina duidelijk maakt, omdat de praktijk die informatie elke maand bijwerkt en aanmelden ook zonder telefoongesprek kan.

BELOFTE

Even op adem komen. Dan verder.

BEWIJS

- Actuele wachttijd op elke pagina, met datum
- Vergoeding in gewone taal, met een rekenvoorbeeld
- Online aanmelden in zes vragen, bellen hoeft niet
- Afsprakenkaart en post zonder het woord psychologie

AANBOD

VASTE VORM

Intake en adviesgesprek

Twee gesprekken waarin we samen uw klachten en uw vraag in kaart brengen. Daarna krijgt u een duidelijk advies: een behandeling hier, of een verwijzing naar een plek die beter past.

Vergoed uit de basisverzekering met een verwijzing van de huisarts; eigen risico geldt

VASTE VORM

Kortdurende behandeling

Gesprekken van 45 minuten, eerst wekelijks en later om de twee weken, meestal acht tot twaalf. Vooraf spreken we een doel af, en halverwege kijken we samen of de aanpak past.

Vergoed uit de basisverzekering, eigen risico geldt; zelf betalen kan ook, € 115 per gesprek

VASTE VORM

Terugvalpreventie

Twee of drie gesprekken na de behandeling, met een paar maanden ertussen. U maakt een eigen plan: welke signalen u herkent en wat u dan doet.

Meestal onderdeel van de behandeling en dan vergoed; los zelf te betalen, € 115 per gesprek

Prijzen in deze ontwerpstudie zijn fictief.

Een rustige kamer, een duidelijke afspraak

Ostervelde praat zoals een goede huisarts uitlegt: rustig, in gewone woorden en precies over wat er gaat gebeuren. De praktijk spreekt u aan met u, neemt de tijd voor uitleg en laat weg wat geen antwoord is op uw vraag.

WEL	NIET
Warm	Zoetig
Rustig	Afstandelijk
Precies	Klinisch
Bescheiden	Vaag
Zorgvuldig	Omslachtig

SCHRIJFREGELS

- U, en ik voor de psycholoog. Spreek de lezer aan met u en schrijf als psycholoog in de ik-vorm; 'we' alleen als u samen iets doet: 'Ik bel u binnen twee werkdagen terug.'
- Praktisch eerst. Wachtijd, vergoeding en aanmelden komen vóór de werkwijze: 'De wachtijd is nu zes weken (bijgewerkt op 1 oktober).'
- Beschrijf wat er gebeurt, niet wat het oplevert. Schrijf 'in de gesprekken oefent u met situaties die spanning geven', en niet 'straks bent u van uw angst af'.
- Gewone woorden voor klachten. Schrijf 'piekeren', 'paniek' en 'somberheid'; een vakterm alleen met uitleg erbij, zoals 'cognitieve gedragstherapie: u onderzoekt hoe gedachten en gedrag elkaar beïnvloeden'.
- Niets over cliënten. Geen ervaringsverhalen, geen citaten en geen 'een cliënt vertelde laatst', ook niet geanonimiseerd.

Woorden en voorbeelden

WOORDEN DIE PASSEN

wachttijd · vergoeding · aanmelden · gesprek · klachten · piekeren · samen bekijken · op adem komen

WOORDEN DIE WE NIET GEBRUIKEN

heling · genezen · groeiproces · holistisch · jezelf terugvinden · gegarandeerd

ZO NIET

MAAR ZO

Ruimte voor groei en heling.

Psychologische hulp voor volwassenen met angst- en stemmingsklachten.

Neem contact op voor informatie over wachttijden en vergoedingen.

De wachttijd is nu zes weken. Met een verwijzing van uw huisarts valt de behandeling meestal onder de basisverzekering; uw eigen risico geldt.

Samen gaan we op weg naar een angstvrij leven.

In de gesprekken bekijken we samen hoe de angst werkt en wat u er zelf aan kunt doen.

2

HOOFDSTUK 2

Hoe we eruitzien

Logo, kleur, letter en beeld: herkenbaar en rustig, overal hetzelfde.



Ostervelde

Het logo en de gedachte erachter

Het woordmerk is de naam in Cormorant Garamond cursief, licht en ruim gespatieerd. Onder de naam loopt een dunne lijn in Salie, als een horizon boven een open veld. Er is bewust geen beeldmerk, geen boom, hoofd of puzzelstuk, zodat het logo op een envelop of afsprakenkaart niets verraad.

Een zachte schreefletter in cursief, met salie, mist en leisteek. Geen stockfoto's, wel ruimte.

Het logo bestaat uit het beeldmerk en het woordmerk. Gebruik altijd de aangeleverde bestanden en zet het nooit zelf opnieuw.

Logovarianten



Hoofdlogo, op licht



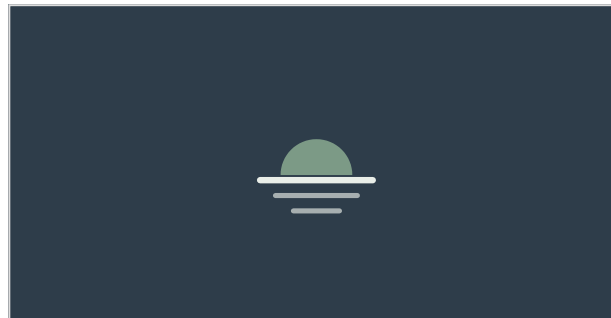
Negatief, op de hoofdkleur



Staand, voor vierkante vlakken



Zwart, voor eenkleurig drukwerk



Beeldmerk, voor profielfoto en favicon



Wit, op foto's en donkere vlakken

Vrije ruimte en kleinste maat

Houd rondom het logo minstens de hoogte van het beeldmerk vrij. Daar staat geen tekst, geen rand en geen ander beeld.

Drukwerk	minimaal 25 mm breed
Schermdruk	minimaal 120 pixels breed
Kleiner	alleen het beeldmerk, vanaf 16 pixels



ZO NIET



Niet uitrekken



Geen andere kleuren

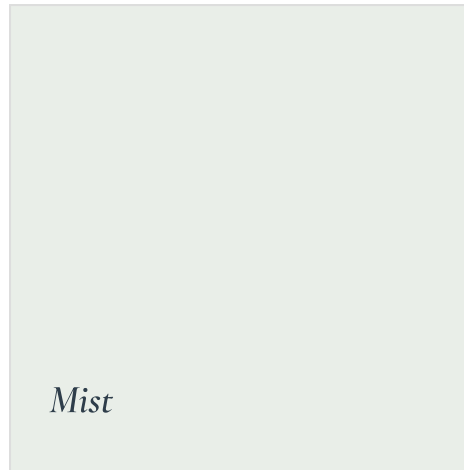


Niet draaien



Geen schaduw

Kleurenpalet



Mist

HEX #E9EEE8

RGB 233, 238, 232

CMYK 2 0 3 7

Achtergrond van site, folder en kaartjes; geeft de ruimte waar het merk om draait.



Salie

HEX #7C9A86

RGB 124, 154, 134

CMYK 19 0 13 40

Accent voor de lijn onder het woordmerk, knoppen en tussenkopjes; nooit voor lange tekst.



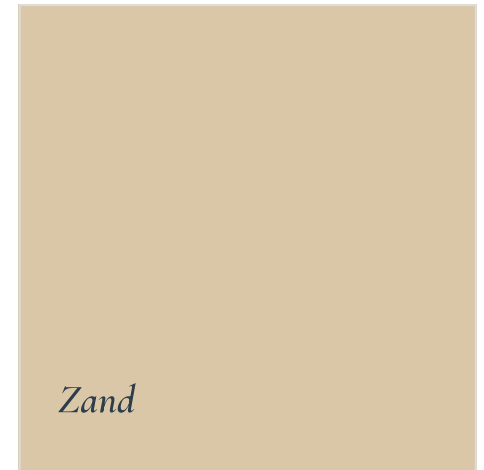
Leiste

HEX #2E3D4A

RGB 46, 61, 74

CMYK 38 18 0 71

Kleur voor tekst en het woordmerk: zacht genoeg om niet streng te ogen, donker genoeg om goed te lezen.



Zand

HEX #D9C7A7

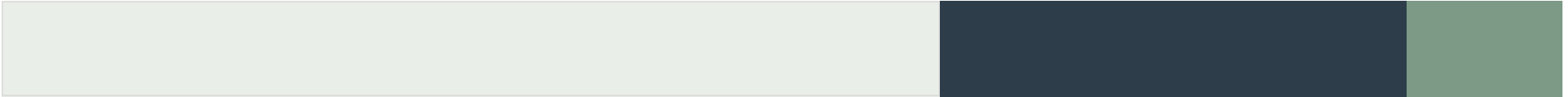
RGB 217, 199, 167

CMYK 0 8 23 15

Warme steunkleur voor vlakken met praktische informatie, zoals het blok met wachttijd en vergoeding.

Kleurgebruik en contrast

VERHOUDING



Veel ruimte in de lichte kleur, de hoofdkleur voor tekst en vlakken, het accent spaarzaam.

COMBINATIES, GETOETST OP LEESBAARHEID (WCAG)

Aa Ostervelde
9.5 : 1
Goed voor alle tekst

Aa Ostervelde
9.5 : 1
Goed voor alle tekst

Aa Ostervelde
3.6 : 1
Alleen grote koppen

Aa Ostervelde
2.6 : 1
Niet voor tekst

Aa Ostervelde
11.2 : 1
Goed voor alle tekst

Aa Ostervelde
3.6 : 1
Alleen grote koppen

KOPPEN · CORMORANT GARAMOND

Aa Bb 123

TEKST · NUNITO SANS

Aa Bb 123

Cormorant Garamond is mooi in koppen, maar te fijn voor kleine tekst; Nunito Sans is rond, open en goed leesbaar op 11 punt en op een telefoon. Praktische informatie zoals wachttijd en vergoeding staat altijd in de tekstletter.

Typografie

*Kop 1 · 24 punt**Kop 2 · 15 punt*

Tekst · 10 punt, regelafstand 1,45. Zo leest een offerte of rapport prettig.

IN WORD EN GMAIL

Staan Cormorant Garamond en Nunito Sans niet op de computer? Gebruik Georgia voor koppen en Arial voor tekst. Beide letters van dit merk zijn gratis te downloaden.

Beeldstijl

Eigen beeld van de praktijk: rustige ruimtes, daglicht en veel lucht, en nooit cliënten.

- Nooit cliënten in beeld, ook niet onherkenbaar of nagespeeld.
- Wel de psycholoog zelf, in één rustig portret, zodat een nieuwe cliënt weet wie hij straks tegenover zich heeft.
- Geen stockfoto's van zonsondergangen, bospaden of handen die elkaar vasthouden.
- Zacht daglicht en gedempte kleuren die bij Mist, Salie en Zand passen; geen filters.

Opnamelijst voor de fotograaf: de zes beelden hiernaast.

De spreekkamer: twee stoelen, een tafel, licht door het raam

De voordeur met een bordje waarop alleen Ostervelde staat

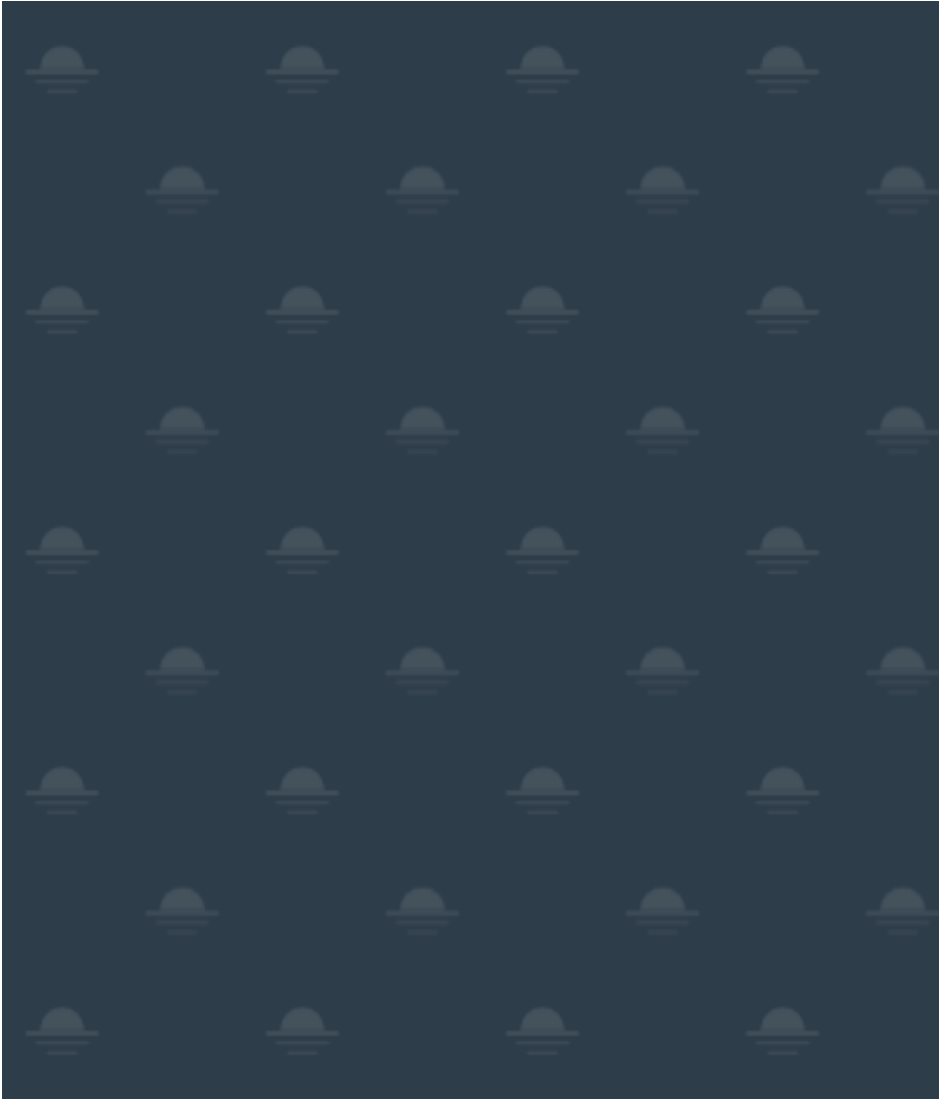
De wachtruimte, leeg, met een kan water en een plant

Portret van de psycholoog, zittend, in daglicht

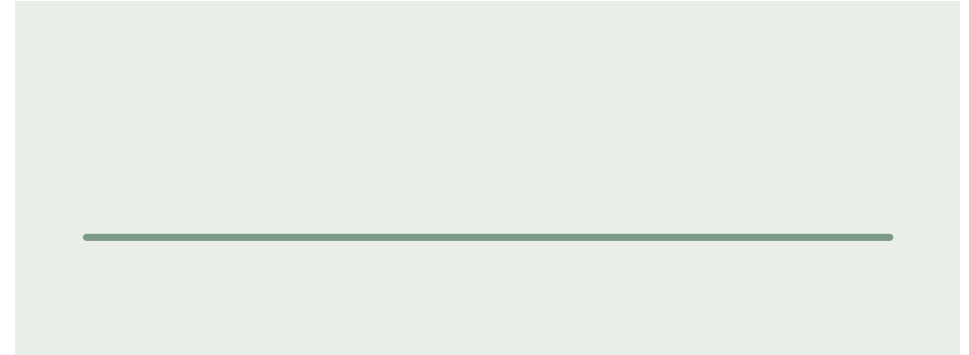
Een kop thee naast een gesloten notitieboek

Het uitzicht vanuit de spreekkamer op een tuin of veld

Grafische elementen



Patroon, voor omslagen, achterkanten en grote vlakken.



De lijn uit het logo: dun, rustig en altijd horizontaal. Onder koppen, als scheiding tussen onderdelen en onderaan drukwerk.



Het monogram is het kleinste herkenningsteken: voor de profielfoto, de favicon, een stempel of een sticker.

3

HOOFDSTUK 3

Toepassingen

Van visitekaartje tot website: zo komt het merk tot leven.



NAAM ACHTERNAAM O

Psycholoog met een eigen praktijk

naam@ostervelde.nl

ostervelde.nl

ostervelde.nl

Ostervelde

Brief

Ostervelde Psychologie · KvK · btw-id · IBAN · ostervelde.nl

Visitekaartje en briefpapier

- Visitekaartje 85 × 55 mm, voorkant in de hoofdkleur
- Briefpapier als sjabloon in Word en Google Docs
- Gegevens onderaan, achter een lijn in de accentkleur

Ostervelde**Offerte**

Omschrijving	Bedrag
Onderdeel 1	€ 000
Onderdeel 2	€ 000
Totaal excl. btw	€ 000

Ostervelde Psychologie · KvK · btw-id · IBAN · ostervelde.nl

Ostervelde**Factuur**

Omschrijving	Bedrag
Onderdeel 1	€ 000
Onderdeel 2	€ 000
Totaal excl. btw	€ 000

Ostervelde Psychologie · KvK · btw-id · IBAN · ostervelde.nl

Offerte, factuur en e-mail

- Vaste opbouw: wat we doen, wat het kost, wanneer, wat je mag verwachten
- Op elke factuur: naam, adres, KvK-nummer, btw-id, factuurnummer en datum
- Factuur bij voorkeur uit het boekhoudpakket, met logo en kleuren

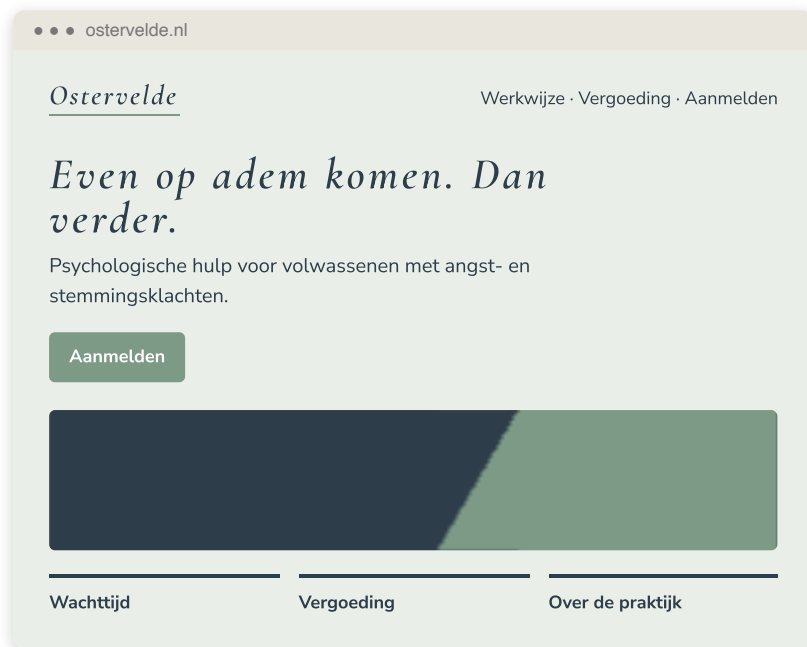
E-MAILHANDTEKENING

Met vriendelijke groet,

Naam Achternaam

Psycholoog met een eigen praktijk

Ostervelde ostervelde.nl



Website en social media



Lichte achtergrond, tekst in de hoofdkleur, één knop in de accentkleur per scherm. Posts uit een vaste set sjablonen, in de toon van hoofdstuk 1.



Afsprakenkaart en verwijzerskaartje

Twee kaartjes op visitekaartformaat. De afsprakenkaart gaat mee in een portemonnee en mag dus niets verraden; het verwijzerskaartje ligt bij de huisarts en moet in tien seconden zeggen wie hier terecht kan.

- Afsprakenkaart, voorkant: alleen het woordmerk Ostervelde in Leisteen op Mist, zonder 'Psychologie' en zonder beroep.
- Afsprakenkaart, achterkant: datum en tijd met de hand ingevuld, met eronder 'Kunt u niet? Laat het 24 uur van tevoren weten' en 'Bij acute nood: bel uw huisarts of de huisartsenpost'.
- Verwijzerskaartje, voorkant: het woordmerk met 'Psychologie' eronder; achterkant: voor wie, waar de actuele wachttijd staat en hoe u verwijst.
- Op het verwijzerskaartje ook wat de praktijk niet doet: geen crisiszorg, geen kinderen en jongeren onder 18 en geen verslaving als hoofdklacht.
- Beide kaartjes op mat, ongestreken karton; geen glans en geen folie.



Informatiefolder voor nieuwe cliënten

Na de aanmelding krijgt elke nieuwe cliënt een folder van vier pagina's, per post of als pdf. Hij beantwoordt de vragen die mensen aan de telefoon niet durven te stellen.

- Omslag: Mist, met het woordmerk en de tagline in Cormorant cursief; verder niets.
- Binnenkant links: het eerste gesprek in vijf korte stappen, van binnenkomen tot de volgende afspraak.
- Binnenkant rechts: vergoeding en eigen risico in een vlak in Zand, met één rekenvoorbeeld.
- Achterkant: privacy in gewone taal (wie uw gegevens ziet en wie niet), wat u doet bij acute nood en hoe u een afspraak afzegt.
- Verstuurd in een effen envelop met alleen Ostervelde als afzender.

Checklist voordat je iets publiceert

- Staan wachttijd, vergoeding en aanmelden erbij, of is er een duidelijke verwijzing naar?
- Is de wachttijd actueel, en staat de datum van bijwerken erbij?
- Beloofd de tekst iets over de uitkomst, zoals 'van uw klachten af'?
- Spreek ik de lezer overal aan met u?
- Staat er een vakterm in zonder uitleg?
- Is er iets te herleiden tot een cliënt: een verhaal, een citaat, een foto of een datum?
- Verraden de afzender, de onderwerpregel of een herinnering dat het om een psycholoog gaat, terwijl dat niet nodig is?
- Staat bij informatie over aanmelden ook wat u doet bij acute nood?
- Is Cormorant alleen gebruikt voor koppen en de tagline, en staat praktische informatie in Nunito Sans?
- Is de foto eigen beeld van de praktijk, zonder zonsondergang, bospad of handen?

BESTANDEN EN BEHEER

01 Logo	Alle varianten als SVG, PNG en PDF, plus beeldmerk en favicon
02 Kleuren	Kleurwaarden voor scherm en druk
03 Letters	Cormorant Garamond en Nunito Sans, gratis (Open Font License)
04 Sjablonen	Visitekaartje, briefpapier, offerte, factuur, presentatie en posts
05 Toepassingen	Druklare bestanden voor de branchetoepassingen
06 Brandbook	Dit boek als pdf en als webpagina

COLOFON

Dit brandbook is een ontwerpstudie van Koersmerk. Ostervelde Psychologie is een fictief bedrijf. Zelf zo'n brandbook voor je bedrijf? Kijk op koersmerk.nl.

O
