

Adformatie

Gepubliceerd in
Adformatie

Aflevering
2000-21

Publicatiedatum
25-05-2000

Paginanummer
017

Rubriek
tamtam

Auteur(s)
Oostra, Martijn

Oude logo's roesten niet

Een nieuwe huisstijl kun je op twee manieren invoeren. Ten eerste op basis van geleidelijke vervanging. Oude formulieren worden gewoon opgemaakt, want zonde om al dat materiaal weg te gooien. Zo kun je nog steeds een briefje met het oude logo van PTT Post in je bus krijgen om een pakje op het postkantoor af te halen terwijl ze allang een nieuwe huisstijl hebben en de pakketdienst tegenwoordig door TNT wordt verzorgd. De andere manier is, en daar ontkom je niet aan wanneer je – zoals de Rabobank vijf jaar geleden – rigoures voor een heel nieuw image gaat, alles in één keer te vervangen. Turn key, in powerjargon. Dat je als Rabobank niet alles in de hand hebt, zoals het afgebeelde reclamebord dat nog steeds in de etalage van een stickerwinkel in Amsterdam staat, oké. Maar de afgebeelde stempelvlag van het Rabo-kantoor in Hongkong, met poststempel 5 januari 2000, heeft de bank toch echt zelf vergeten te vervangen. MO

[Sluit venster](#)



[Print artikel](#)

<< [vorige](#) | [volgende](#) >>

[Sluit venster](#)

© Adformatie Groep

