

---

Hallo en fijn om je beter te leren kennen. Gelieve dit document ingevuld terug te mailen vóór 1 juni naar [henk.willems@arteveldehs.be](mailto:henk.willems@arteveldehs.be). Een docentenpanel zal je motivatieproef bekijken en evalueren of je voor deze toelatingsproef geslaagd bent. De beoordeling gebeurt op basis van vaste evaluatiecriteria: portfolio, motivatie en inzicht in de wereld van branding. Indien je geen website hebt om je portfolio te tonen, gelieve dan een aparte PDF toe te voegen met je werk bij deze PDF. Eind juni/begin juli ontvang je een bericht van ons of je al dan niet bent toegelaten voor de opleiding.

## 1. Persoonlijke gegevens

Naam

Geboortedatum

Straat en huisnummer

Postcode en gemeente

Telefoonnummer

E-mail

Linkedin Profiel

Website

## 2. Opleiding

Jaar tot Jaar + Naam opleiding + Naam instelling

### **3. Ervaring**

Heb je reeds ervaring? Beschrijf hier gerust je (studenten)job, stage of buitenlandse ervaring.  
Jaar tot Jaar + Omschrijving + Organisatie

---

### **4. Passies, Hobbies, Interesses**

Welke van deze zaken zijn interessant voor ons om te weten?

---

### **5. Motivatie**

Toon of vertel ons waarom je graag bij School of Branding wil en waarom School of Branding niet zonder jou kan.

## 6. Branding Shortlist

Stel een lijst op van 3 internationale of nationale (re)branding-cases (van verschillende studio's) die je geïnspireerd hebben in de afgelopen 3 jaren. Toon je selectie aan de hand van enkele van die case-beelden en bespreek ze (inhoudelijk en vormelijk) waarom die er voor jou uit sprongen. Elke case bevat ongeveer 500 woorden. Zorg dat je bovendien ook duidelijk het agentschap en het jaar van uitvoering vermeld.

Per case betekent dit 1 A4 (afbeeldingen + tekst samen). Voeg de drie pagina's toe aan deze PDF. Voorzie bovendien een duidelijke bronvermelding.

**vb. Case op de volgende pagina.**

**vb. Case 1: Airbnb (Re)branding door DesignStudio (2021)** - [underconsideration.com/brandnew/archives/new\\_logo\\_and\\_identity\\_for\\_airbnb\\_by\\_designstudio.php](https://underconsideration.com/brandnew/archives/new_logo_and_identity_for_airbnb_by_designstudio.php)

In 2021 onthulde DesignStudio een baanbrekende herpositionering van de merkidentiteit van Airbnb, waardoor het iconische “Bélo” symbool een nieuwe betekenis kreeg en de visuele identiteit van het bedrijf een frisse uitstraling kreeg. De rebranding omvatte niet alleen een nieuw logo, maar ook een herziening van de typografie, kleurenpaletten en algehele visuele esthetiek, met als doel de diversiteit en verbondenheid van de Airbnb-community te benadrukken.

Wat deze herziening voor mij zo inspirerend maakt, is de subtiliteit waarmee DesignStudio erin slaagde om het bestaande Airbnb-logo te evolueren zonder het volledig te veranderen. Het nieuwe logo behoudt de essentiële kenmerken van het oorspronkelijke ontwerp, waardoor het onmiddellijk herkenbaar blijft voor miljoenen gebruikers over de hele wereld. Echter, door een meer gestileerde en vereenvoudigde vorm aan te nemen, ademt het nieuwe logo een gevoel van dynamiek en openheid uit, wat perfect past bij de kernwaarden van Airbnb als platform voor het delen van woningen en ervaringen.

Naast het nieuwe logo introduceerde DesignStudio ook een verfijnde typografie en een zorgvuldig samengesteld kleurenpalet, bestaande uit warme, uitnodigende tinten die een gevoel van gastvrijheid en gezelligheid oproepen. Deze kleuren worden subtiel geïntegreerd in de visuele identiteit van Airbnb, van de gebruikersinterface van de app tot de marketingmaterialen en de fysieke ruimtes van het bedrijf.

Een ander aspect van de rebranding dat opvalt, is het gebruik van illustratieve elementen die de diversiteit en inclusiviteit van de Airbnb-community weerspiegelen. Deze illustraties, variërend van abstracte patronen tot speelse pictogrammen, voegen een extra laag van visuele interesse toe aan de merkuitingen van Airbnb, terwijl ze tegelijkertijd een gevoel van verbondenheid en gemeenschap overbrengen.

Door de nadruk te leggen op herkenbaarheid, warmte en gastvrijheid, hebben ze een visuele identiteit gecreëerd die perfect past bij de missie en waarden van Airbnb als platform voor het delen van unieke reiservaringen.

