



Als elk woord telt.

# Portfolio

Een kijkje in de keuken



Als elk woord telt.

# Inhoud

Vlotte blogs, superstrakke webcopy, complexe rapporten of werve(le)nde vacatureteksten: bij Tekstwerf kun je terecht voor verhalen in alle soorten en maten – behalve romans. Maar ook voor een opgefrist merkverhaal of treffende tone of voice. Grote corporates, ambitieuze start-ups en alles ertussen: we klimmen voor iedereen in de pen. Benieuwd wie we verder hielpen?

Scroll door dit document of klik direct op een van de sectoren hiernaast.

- Finance
- Logistiek
- Vastgoed
- Zorg
- Energietransitie
- (Deel)vervoer
- Retail
- Luchtvaart
- Digitale technologie
- Overheid
- Recruitement
- Techniek en ruimtevaart
- Goede doelen
- Creatieve bureaus





### Wie

ABN AMRO is een van de grootste en oudste banken van Nederland, met een moderne en innovatieve inslag. Als voorloper op het gebied van duurzaamheid, diversiteit en inclusie, staan ze midden in de maatschappij. Ook organiseert en sponsort de bank jaarlijks verschillende evenementen, waaronder het ABN AMRO Open in Rotterdam Ahoy – Europa's grootste indoor (rolstoel)tennistoernooi.

### Waarom

ABN AMRO wil de bank voor de volgende generaties zijn, en dat vraagt om een eigentijds geluid. Tegelijkertijd moet een financiële instelling zekerheid en kennis van zaken uitstralen, zónder elitair of kil te klinken. Duidelijke maar vriendelijke communicatie, daar draait het om.

### Wat

Tekstwerk schrijft al sinds 2011 voor verschillende afdelingen van de bank. Vacatureteksten, rapporten, gidsen, mailings, brochures, interviews en videoscripts: alles met letters komt voorbij. Afhankelijk van doel en doelgroep, kiezen we de juiste toon op het spectrum van los tot formeel. Wat alle teksten gemeen hebben? Ze zijn direct en vriendelijk, zonder populair of amicaal te worden.

### Hoe

Soms rechttoe rechtaan: briefing – schrijven – feedback – klaar. Maar veel vaker als tekstpartner: brainstormen, doorvragen, kritisch zijn en sparren. Want de ene opdracht is de andere niet. Aan het begin van iedere klus kiezen we samen de beste werkwijze.

In de financiële sector hielpen we verder:

florius

N26

ingage

mollie

ITDS®

SimpledCard



Direct en vriendelijk,  
maar niet populair  
of amicaal.





Wie

Wie kent ze niet: de rood-gele busjes van DHL eCommerce. Het is dé pakket- en palletbezorgdienst van Europa, zowel voor zakelijke klanten als consumenten. Maar het bedrijf doet meer dan pakketten en pallets van A naar B vervoeren. Met standaard klimaatneutrale verzending, een constant groeiende groene vloot en allerlei andere initiatieven is DHL eCommerce een pionier in duurzame logistieke dienstverlening.

Waarom

DHL eCommerce wil duidelijk, vriendelijk en gevat communiceren, op een manier die aansluit bij de verschillende doelgroepen. Aan de ene kant heb je zakelijke verzenders, die DHL eCommerce liever wat formeler aanspreekt – zonder dat het stijf wordt. Consumenten wil de vervoerder aan de andere kant juist het gevoel geven dat ze met een bekende praten, met gerust een subtiel woordgrapje hier en daar. Tekstwerk weet al jaren hoe je de boodschap duidelijk bezorgt en de juiste snaar raakt.

In de logistieke sector hielpen we verder:



Wat

Van LinkedIn-posts tot landingspagina's en van inclusieve vacatureteksten tot klantverhalen: DHL eCommerce schakelt ons overal voor in. We hielpen ze aan een passende tone of voice, die we op al deze teksten loslaten. We namen 'm op in een schrijfwijzer, zodat de stem van DHL eCommerce voor iedereen helder is.

Hoe

Als copypartner denken we kritisch mee met alle opdrachten die we voor DHL eCommerce uitvoeren. We lezen ons in, nemen interviews af en luisteren goed naar wat de betreffende contactpersoon precies voor ogen heeft. Of het nu gaat om een korte taalvraag of een eindejaarsrapport: DHL eCommerce klopt bij ons aan.



De stem van DHL eCommerce moet voor iedereen helder zijn.



# CBRE

## Wie

CBRE is met 500 kantoren in meer dan 100 landen het grootste vastgoedadviesbureau ter wereld. Ook in Nederland is het dé toonaangevende partij in real estate, en (letterlijk) van alle markten thuis. Op basis van diepgaande marktkennis, innovatieve technologie en doortastende data-analyses, adviseert CBRE investeerders, eigenaren en huurders over vastgoed. Als eigentijds vastgoedadviesbureau is het een pionier op het gebied van duurzaam vastgoed en verantwoord ondernemen.

## Waarom

Als je eenmaal zo'n gevestigde naam bent, zijn je stem, visie en verwachting wat waard. Daarom claimt CBRE z'n rol als thought leader steeds duidelijker, onder andere door middel van jaarlijkse publicaties en onderzoeken. Vaak inhoudelijk complex, altijd relevant en urgent. Om ingewikkelde boodschappen helder te communiceren – in een consistente en moderne stijl – is Tekstwerf sinds 2020 CBRE's vaste tekstpartner.

In de vastgoedsector hielpen we verder:

## Wat

Tekstwerf schrijft mee aan verschillende publicaties. Te beginnen bij de Real Estate Market Outlook: dé vastgoedpublicatie van het jaar. Een gevestigd begrip, waar de hele vastgoedwereld naar uitkijkt. Door het jaar heen (her)schrijven we ook de zogeheten sectorspecials, die inzoomen op specifieke branches. Naast deze publicaties, helpen we CBRE eigenlijk met alle soorten copy: blogs, socials, webpagina's, whitepapers, cases – you name it. In elk stuk dat we schrijven, zoeken we de juiste balans: complexe vastgoedkost, begrijpelijk voor iedereen.

## Hoe

Elke opdracht vraagt om z'n eigen aanpak. Luistert de inhoud zó nauw dat de eerste opzet door een vakdeskundige geschreven moet worden? Dan herschrijven we die met plezier naar een lekker leesbare tekst, zonder de boodschap aan te tasten. In de afgelopen jaren hebben we steeds meer grip gekregen op ingewikkelde vastgoedtermen en theorieën. Daarom schrijven we net zo vaak teksten from scratch, op basis van een interview of geschreven briefing.



Complexe vastgoedkost,  
begrijpelijk voor iedereen.





### Wie

De Drie Notenboomen is de grootste franchiseorganisatie in de Nederlandse zorg. Het bedrijf ontwikkelt kleinschalige woonvoorzieningen voor verschillende doelgroepen met een zorgvraag. Dat doen ze met vier concepten: Thomashuis, Herbergier, Zorgbutler en Thomas Op Kamers. Op elke locatie staan twee zorgondernemers aan het roer, die de zorg in goede banen leiden. Of het nu gaat om mensen met een beperking of ouderen met geheugenproblemen: De Drie Notenboomen biedt ze een veilig, comfortabel en sfeervol thuis op prachtige plekken door het hele land.

### Waarom

Om anderen te inspireren om zorgondernemer te worden en te laten zien hoe zorg óók kan, wil De Drie Notenboomen verhalen vertellen die mensen raken. Hiervoor is het van belang dat de unieke aspecten van de verschillende zorgconcepten naar voren komen, maar ook dat de hulpverleners zelf het woord krijgen. Zo krijgen lezers een realistisch inzicht in de dagelijkse praktijk van het zorgondernemerschap: alle mooie aspecten, maar

ook de meer uitdagende kanten. Daarvoor heb je een tekstpartner nodig die zich inleeft en weet hoe je een boodschap overbrengt.

### Wat

Tekstwerf schrijft allerlei artikelen voor de websites van de verschillende zorgconcepten van De Drie Notenboomen. Soms is het doel om zorgondernemers of bewoners te werven, soms stelt een nieuw zorgkoppel zich voor of wordt er een nieuwe locatie aangekondigd. Om ervoor te zorgen dat nieuwsberichten de aandacht krijgen die ze verdienen, leveren we ook LinkedIn-posts aan en afgeleide, kortere stukken die als persbericht kunnen dienen.

### Hoe

We spreken afzwaaiende en kersverse zorgondernemers over hun ervaringen en gaan soms langs op locatie om een beter beeld te krijgen van het leven in een Herbergier, Thomashuis of andere woonvoorziening.

In de zorgsector hielpen we verder:



We spreken afzwaaiende en kersverse zorgondernemers over hun ervaringen.







**Wie**

Creative City Solutions (CCS) heeft een unieke oplossing gevonden om onze steden te verduurzamen. Hoe ze dat doen? Voornamelijk door optoppen: nieuwe woningen bouwen, boven op bestaande. Met de opbrengst hiervan verduurzaamt CCS, samen met de betreffende vve, het onderliggende pand. Goed voor de woningwaarde, het woongenot en de planeet – zónder extra ruimte in de stad in te nemen.

**Waarom**

CCS heeft een duidelijke missie en boodschap. Nu is het nog zaak om die van de opgetopte daken te schreeuwen. Want ze zijn ervan overtuigd: hoe meer mensen weten van het bestaan van CCS, hoe duurzamer ons land wordt. Om de aanpak van CCS duidelijk, vriendelijk en activerend te verkondigen, hadden ze behoefte aan een tekstpartner. Die vonden ze aan de Amsterdamse Bloemgracht.

In de energietransitie hielpen we verder:

energiedirect

VATTENFALL

essent

idverde

VDH SOLAR

**Wat**

Vooral brieven – naar gemeenten, wethouders en andere publieke organen. Of zelfs naar de minister van VRO. Doel? De oplossing van CCS promoten, wetgeving stimuleren en subsidie aanvragen. Maar het blijft niet bij brieven: ook rapporten, enquêtes, brochures, mails en social posts passeren de revue.

**Hoe**

Communicatie naar overheidsorganen luistert nauw, want de toon is een tikkie formeel. Waar zit de moeilijkheid in dit soort teksten? Je bent al snel geneigd te veel dure woorden, lange zinnen en complexe constructies te gebruiken. Daar grijpt Tekstwerf in. CCS levert de opzet aan, met daarin wát ze willen vertellen. Wij storten ons vervolgens op het hoé, in de juiste stijl en toon.

Communicatie naar overheidsorganen luistert nauw, want de toon is een tikkie formeel.





# mywheels

## Wie

MyWheels is het grootste deelautoplatform van Nederland, met 2.500 auto's – waarvan 1.300 elektrisch – verdeeld over het hele land. Ze zijn op een missie om van 'hebben', 'delen' te maken. Gebruik je MyWheels, dan vind je altijd een deelauto op loopafstand. Resultaat: meer ruimte op straat, meer ruimte voor groen, minder CO<sub>2</sub>-uitstoot.

## Waarom

MyWheels heeft één overtuiging: we hebben in Nederland aan 1 miljoen auto's genoeg. Eentje (of zelfs twee of drie) op de oprit stof laten vangen? Dat is echt niet meer van deze tijd. Om die boodschap te helpen verkondigen, klopt MyWheels geregeld bij Tekstwerf aan.

## Wat

Met onze copy zetten we MyWheels in de spotlight, om méér mensen warm te maken voor autodelen – bijvoorbeeld met cases of persberichten. Maar we schrijven ook copy die de ervaring van bestaande gebruikers verbetert. Denk aan mailings, of UX-copy voor in de app: korte teksten op de cm<sup>2</sup>, die in één keer raak moeten zijn. Een heel andere tak van sport, waarvoor je ook bij Tekstwerf terecht kunt.

## Hoe

Door hecht samen te werken en lijntjes kort te houden, weten we wat voor bedrijf MyWheels is, wat ze willen bereiken en wie hun doelgroep is. Op basis daarvan herschrijven we bestaande teksten, of schrijven we sympathieke, originele copy from scratch.

Korte teksten op de cm<sup>2</sup>, die in één keer raak moeten zijn.



In de sector (deel)vervoer hielpen we verder:



URBAN ARROW

MisterGreen  
ELECTRIC LEASE





### Wie

Je hebt 'm vast ook in je portemonnee of op je telefoon: de Bonuskaart van Albert Heijn. De bekende blauwe boodschappenboer heeft in Nederland zo'n 900 locaties en ongeveer 100.000 medewerkers, waarmee het een van de grootste werkgevers van ons land is.

### Waarom

In een krappe arbeidsmarkt wil Albert Heijn eruit springen met traineeships en andere mooie kansen naar en op een veelbelovend carrièrepad. Ze willen jonge it'ers overhalen om te solliciteren, maar ook huidige medewerkers inspireren om door te stromen binnen de organisatie. Zo laten ze zien dat de stap van de kassa in de buurt-Appie naar een uitdagende positie op het hoofdkantoor in Zaandam een stuk kleiner is dan je misschien denkt.

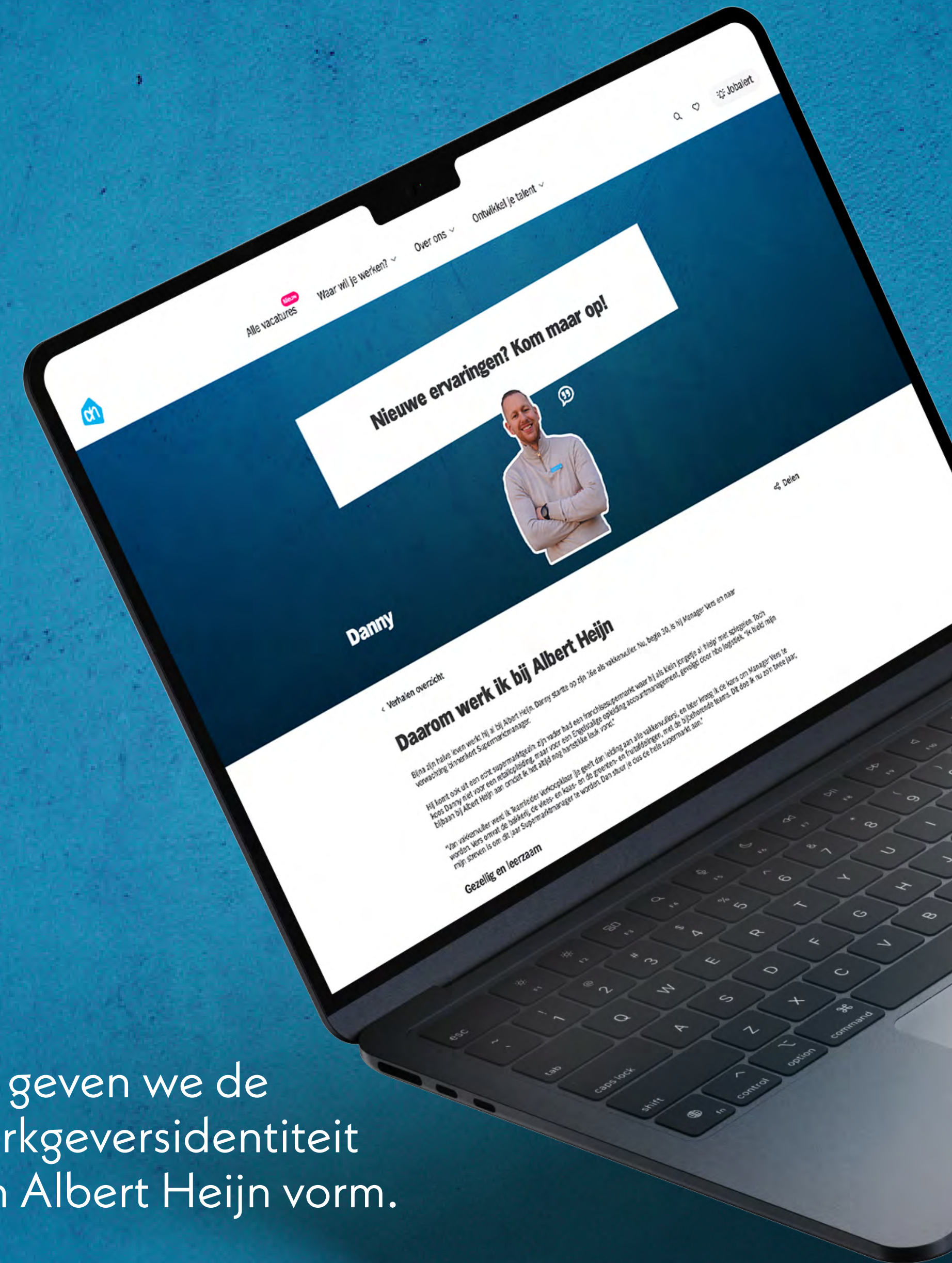
### Wat

Tekstwerk schrijft blogs over werken bij Albert Heijn en de mogelijkheden om binnen het bedrijf op te klimmen. Die worden zowel intern als extern gepubliceerd en dienen dus meerdere doelen. Aan de ene kant zijn ze erop gericht om ambitieuze jongeren aan te sporen om eens verder te kijken dan de lokale supermarkt. Aan de andere kant wil de organisatie getalenteerde tech-specialisten aantrekken om de digitale dienstverlening naar een nóg hoger niveau te brengen.

### Hoe

We gaan in gesprek met allerlei medewerkers van het hoofdkantoor om een beeld te krijgen van hun loopbaan, en de kansen die ze hebben gegrepen om te komen waar ze nu zijn. Zo geven we de werkgeversidentiteit van Albert Heijn vorm en brengen we onder de aandacht welke tools het bedrijf biedt voor loopbaanontwikkeling.

In de retailsector hielpen we verder:



Zo geven we de werkgeversidentiteit van Albert Heijn vorm.





### Wie

KLM werd in 1919 opgericht en is een van de oudste en bekendste luchtvaartmaatschappijen ter wereld. De blauwe vloot van KLM vervoert passagiers én vracht naar alle windstreken: van Bangkok tot Miami, van Hamburg tot Kaapstad. Vanuit thuisbasis Schiphol verbindt deze koninklijke maatschappij mensen en culturen wereldwijd. En ja, iedereen weet: vliegen is niet duurzaam. Maar voor onze economie is het absoluut onmisbaar. Juist dáárom is het zaak om de luchtvaartsector zo snel mogelijk te verduurzamen. KLM begrijpt en neemt die verantwoordelijkheid.

### Waarom

KLM is een van de grootste werkgevers van ons land. Je ziet waarschijnlijk meteen piloten en cabin crew in blauw uniform voor je, maar wat dacht je van al dat grondpersoneel? Monteurs, bagagemedewerkers, juristen, financieel experts. Om commercieel competitief te blijven, heeft KLM medewerkers van de bovenste plank nodig – in alle lagen van de organisatie. Daarom haken ze Tekstwerk aan in hun recruitmentproces: om met wervende teksten de beste kandidaten te bereiken.

In de luchtvaartsector hielpen we verder:

### Wat

Alles in de wondere wereld van hr – vooral vacatures, maar ook begeleidende blogs en mailings komen voorbij. Het primaire doel: open en inclusief werven, om zo nieuw talent aan te spreken – uit de volle breedte van de samenleving. Dat doen we voor allerlei afdelingen: van Engines & Maintenance en Revenue Management, tot Finance en Facility Contracting. Op afstand, maar ook via detachering van onze copywriters bij KLM op de werkvloer.

### Hoe

Vooral door vacatures te (her)schrijven en vacature-templates op te stellen. Want dankzij ruime ervaring in het hr-domein, weet Tekstwerk uit welke bouwstenen een goede vacature bestaat, én hoe je inclusief en genderneutraal schrijft.

Met wervende teksten de beste kandidaten bereiken.





# .synetic

## Wie

Synetic: een team van digitale verkenners en pioniers. De digital agency neemt klanten mee op expeditie naar de toekomst, door met hen te bouwen aan een modern digitaal landschap. Deze engineers en developers maken websites, apps en platforms van topniveau.

## Waarom

Synetic is een digitale autoriteit. Deze ontdekkingsreizigers uit Haarlem zijn stuk voor stuk uitblinkers in een vak dat ze tot in de puntjes verstaan. Wil je digitale kwaliteit, dan klop je aan bij Synetic. Daarom positioneert de agency zich steeds meer als thought leader. Om de in-house kennis, kunde en autoriteit in hun tekst en taal door te laten klinken, kozen ze Tekstwerf als geschikte reisgenoot.

## Wat

Tekstwerf helpt Synetic om een overtuigend geluid te laten horen. Door middel van cases, artikelen, blogs en webpagina's hebben we een groot aandeel in de online presence van deze digital agency. We vertellen wat Synetic heeft gemaakt, voor wie en waarom.

## Hoe

Omdat we schrijvers zijn – geen techneuten – moeten we goed doorvragen. Want begrippen als Drupal, design systems en multi-domain-platforms gebruiken we niet dagelijks. Daarom houden we de lijntjes kort. Schrijven we bijvoorbeeld een case, dan spreken we een van de bouwers van Synetic én de klant. Zo begrijpen we beide kanten van de medaille, en kunnen we een verhaal vertellen met de juiste technische diepgang.

In de digitale sector hielpen we verder:

SWIS

cognizant

DATA  
SCIENCE  
LAB.

INCENTRO



We vertellen wat  
Synetic heeft  
gemaakt, voor  
wie en waarom.



✘ Gemeente  
✘ Amsterdam  
✘

Wie

Met bijna 930.000 inwoners is Amsterdam de grootste gemeente van Nederland. Samen met Den Haag, heeft de regio het hoogste percentage inwoners met een migratieachtergrond. Onder de gemeente vallen de zeven Amsterdamse stadsdelen, Weesp, en vijftien omliggende dorpen, buurtschappen en gehuchten.

Waarom

Gemeente Amsterdam wil een goede werkgever zijn, die ervoor zorgt dat alle collega's zich gezien en gewaardeerd voelen. Daarbij streven ze naar een personeelsbestand dat een goede afspiegeling is van de Amsterdamse beroepsbevolking. Voor een zo divers mogelijke werkomgeving ligt de nadruk in het wervingsproces dan ook op diversiteit en inclusie. Dat vereist sollicitatieprocedures die elke kandidaat aanspreken, los van sociaal-culturele achtergrond, gender of beperking.

In het publieke domein hielpen we verder:



Wat

We (her)schrijven vacatureteksten voor gemeente Amsterdam, met een extra scherpe blik op diversiteit en inclusie. Hierbij gaat het om masculien taalgebruik vermijden en laten zien op welke manieren de gemeente zich inzet voor een omgeving waar iedereen zich veilig en prettig voelt. In de praktijk betekent dit dat we termen die vooral mannen aanspreken, vervangen door neutrale of meer feminiene termen. Door ons bewust te zijn van de verschillende achtergronden van kandidaten, zorgen we dat de teksten een zo breed mogelijk publiek aanspreken.

Hoe

Door mee te denken over het vacaturetemplate van de gemeente en met vacaturehouders in gesprek te gaan over de inhoud van de betreffende functie. Op basis van die input en onze vakinhoudelijke kennis over inclusief werven, stellen we nieuwe teksten op en scherpen we bestaande vacatures aan.



## Alles wat we doen, doen we voor Amsterdam



We hebben oog voor talent en diversiteit



We dragen bij aan een duurzame toekomst van de stad



Bij ons kun je doorgroeien en een leven lang leren

Zorgen dat de teksten een zo breed mogelijk publiek aanspreken.



# dpg recruitment

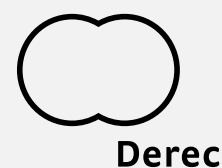
## Wie

Met merken als Nationale Vacaturebank, Intermediair en Tweakers Carrière is DPG Recruitment een specialist voor alle arbeidsmarktfragen. Naast deze digitale vacaturebanken, vallen de Volkskrant, Algemeen Dagblad, Trouw, Het Parool en ADR Nieuwsmedia onder dezelfde noemer. Met uitgebreide vakkennis en slimme online tools helpt DPG Recruitment bedrijven om hun aantrekkingskracht te vergroten en een sterk werkgeversmerk te bouwen.

## Waarom

DPG Recruitment positioneert zichzelf als thought leader op het gebied van arbeidsmarktfragen. Daarom publiceren ze regelmatig over onderwerpen die op dat moment van grote invloed zijn binnen de recruitmentsector. Hiermee vergroot DPG Recruitment de kennis van hr-professionals over de arbeidsmarkt en de verschillende doelgroepen die hier een rol spelen. Zo helpen ze bedrijven om sneller aan beter passende kandidaten te komen, die langer voor ze blijven werken.

In de recruitmentsector hielpen we verder:



RECRUITMENT  
FACTS



SQIQ

## Wat

Tekstwerf helpt DPG Recruitment bij artikelen en whitepapers. Denk aan een stuk over de gender pay gap, en onderzoek naar de oorzaken en effecten van de krappe arbeidsmarkt – inclusief adviezen om slimmer te werven.

## Hoe

Ter aanvulling van de inzichten en trends die DPG Recruitment aanlevert en signaleert, doen we uitgebreide deskresearch en gaan we in gesprek met experts. Op basis daarvan stellen we een argumentatiestructuur op, onderbouwd met feiten en cijfers. Die transformeren we tot een soepele, aansprekende en informerende tekst, die recruitmentprofessionals verder helpt én aan het denken zet.



Tekstwerf helpt DPG Recruitment bij artikelen en whitepapers.



# FritsJurgens®

## Wie

FritsJurgens is een grote naam in de wereld van taatsscharnieren: vanuit het Groningse Kolham bedienen ze klanten over de hele wereld. Allereerst: wat is een taatsdeur? Waar een klassieke deur twee scharnieren aan de zijkant heeft, zitten ze bij een taatsdeur aan de boven- en onderkant. Hierdoor zijn ze nagenoeg onzichtbaar en heb je geen kozijn nodig, wat voor oneindige ontwerp mogelijkheden zorgt. FritsJurgens' taatssystemen zijn kwalitatief hoogwaardige technische hoogstandjes en kunnen tot wel 500 kilo dragen – terwijl je deur met één vinger open- en dichtdoet.

## Waarom

De website van FritsJurgens spreekt meerdere doelgroepen aan. Enerzijds zijn er de architecten en andere creatieven met een onderscheidende signatuur door middel van inspirerende ontwerpen. Anderzijds heb je de makers, die vooral geïnteresseerd zijn in de technische aspecten van de taatssystemen. Denk aan maximale afmetingen en specifieke toepassingen, zoals taatsdeuren van glas en metaal of plaatsingsmogelijkheden bij vloerverwarming.

In de sector techniek en ruimtevaart hielpen we verder:

Alle kanten van het taatsverhaal moeten daarom voldoende belicht worden: werking, techniek en esthetiek.

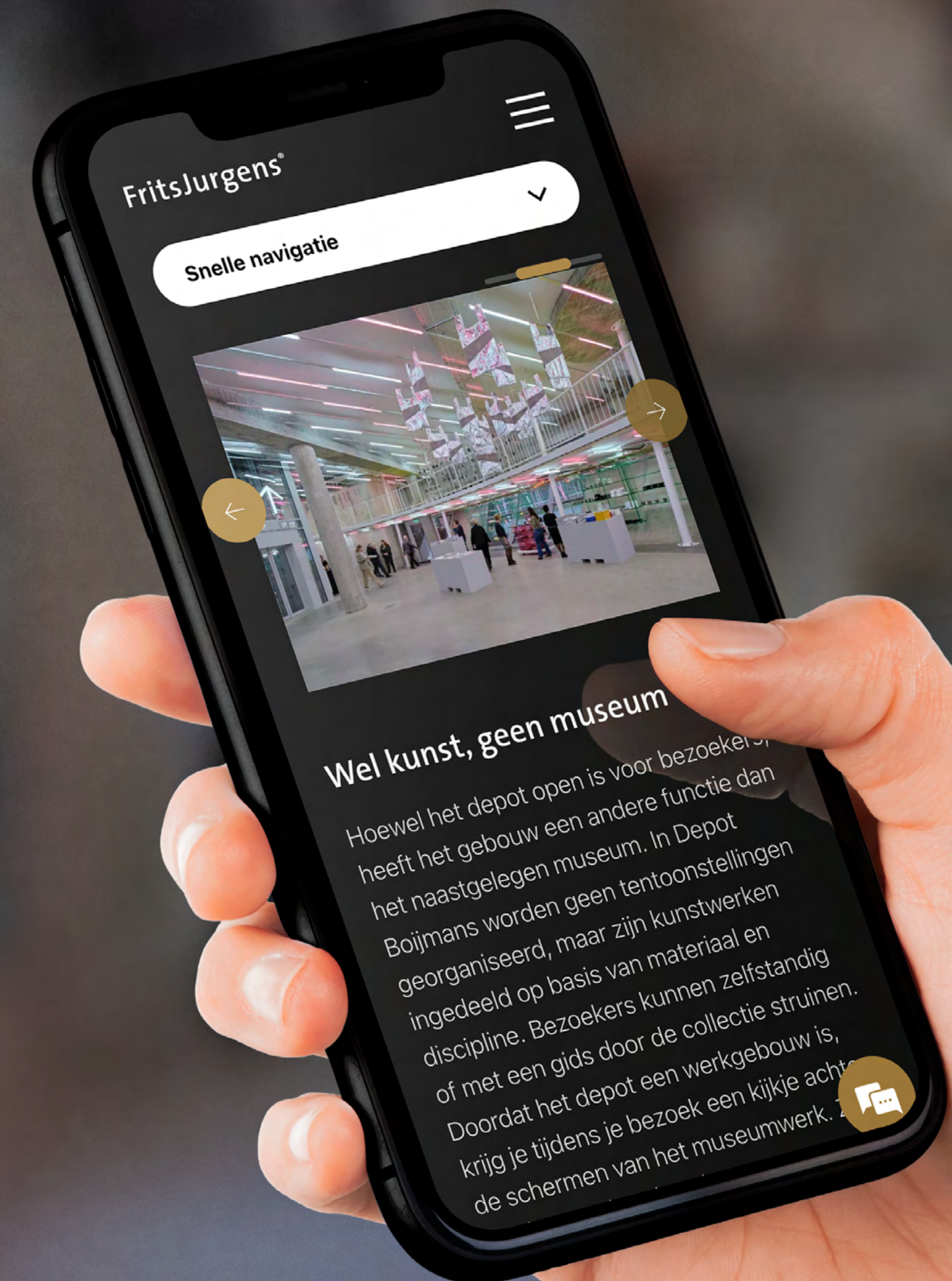
## Wat

FritsJurgens schakelt de hulp van Tekstwerf onder meer in voor SEO-pagina's, artikelen, brochures en vacatureteksten. We schrijven over verschillende soorten taatsdeuren, typen scharnieren en, jawel, *bovenspeunen*. De context? Indrukwekkende taatsprojecten – van Noord-Amerika tot Australië en van gouden voordeuren tot enorme bewegende wanden. Hierbij maken we complexe inhoud toegankelijk, zonder aan de technische essentie te morrelen. Ingewikkelde kost begrijpelijk maken dus, maar geen Jip en Janneke.

## Hoe

We spreken architecten, interieurontwerpers en timmerlieden over hun projecten en duiken in beeldmateriaal om een zo aansprekend mogelijke tekst te schrijven. Overige input halen we uit deskresearch en gesprekken met FritsJurgens-experts.

Wél begrijpelijk, maar  
geen Jip en Janneke.





## VASTENACTIE

### Wie

Vastenactie werkt aan een wereld waarin iedereen – waar dan ook – een goed leven kan leiden; waarin mensen voor zichzelf en hun naasten kunnen zorgen; waarin ze over waardigheid beschikken en toegang hebben tot welvaart, grondstoffen en eerste levensbehoeften. Om dat te realiseren, organiseert Vastenactie ontwikkelingsprojecten over de hele wereld: van droogte bestrijden in Ghana en scholen renoveren in Brazilië, tot gewassen planten in Zuid-Soedan en gewelddoos onderwijs garanderen in Guatemala.

### Waarom

Om ontwikkelingsprojecten op te zetten, is geld nodig. Daarvoor doet Vastenactie een beroep op de Nederlander. In ons land hebben we het – in de regel – erg goed. Er zijn hier genoeg welvarende mensen, die maar wat graag hun steentje bijdragen om de ongelijkheid in de wereld te bestrijden. Maar hoe bereik je ze? Met copy die raakt en activeert.

In de charitatieve sector hielpen we verder:

### Wat

Tekstwerf steunt Vastenactie sinds 2021 in hun missie. Door te doen wat we het beste doen: verhalen vertellen. Nieuwsberichten, cases, projectpagina's en e-mailcampagnes – om maar een paar vormen te noemen. De uitdaging? Teksten schrijven die het project eer aan doen en bij de lezer binnenkomen, zonder dat het te zwaar of zelfs morele chantage wordt. De focus ligt op de lokale oplossing.

### Hoe

Vastenactie geeft ons transparante inblikjes in hun projecten. Soms in geschreven rapporten of briefings, soms in een-op-een-gesprekken met betrokkenen. Wat ging er goed, wat niet, wat is er bereikt en waar staan we nu? Op die manier krijgen we een beeld van de problematiek én de oplossing. Aan ons de taak om de lezer mee te nemen in het verhaal.



Aan ons de taak om de lezer mee te nemen in het verhaal.



## BEELDR





### Wie

Beeldr is een creatief bureau gespecialiseerd in strategie, design, tech en video. In het Leidse hoofdkwartier staat een team van twintig experts klaar om verrassende digitale ervaringen te verzorgen en sterke merken te bouwen. Ze helpen klanten om hun identiteit in beeld te krijgen en een brandingstrategie op poten te zetten. Tekstwerf bijvoorbeeld: Beeldr ontwikkelde onze strakke website en tijdloze copytemplates.

### Waarom

Na een verhuizing en allerlei andere veranderingen binnen de organisatie, was Beeldr toe aan een nieuw hoofdstuk in hun bedrijfsverhaal. De oude huisstijl paste niet meer, dus was het tijd voor een flinke opfrisser. De drie eigenaren waren het grotendeels eens over de te varen koers, maar hielden er ook een eigen toekomstvisie op na. Aan Tekstwerf de taak om ze knoppen door te laten hakken.

In de creatieve sector hielpen we verder:

 rapidsugar    edenspiekermann\_    exp inc.    Steam    Henry Handsome

### Wat

We schreven een corporate story voor Beeldr, inclusief de pay-off die je in het beeld hiernaast leest. Samen vormden die de basis voor hun nieuwe identiteit in woord en design. Met Beeldrs basisspecialismen technologie, strategie en design als belangrijkste steunpilaren, smeedden we een ijzersterk merkverhaal.

### Hoe

Door veel gesprekken te voeren en goed te luisteren, wisten we uit alle input, meningen en ambities de rode draad van Beeldr te reconstrueren. We interviewden de eigenaren los van elkaar over de essentie van hun bedrijf. Vervolgens legden we hun antwoorden naast elkaar en confronteerden we het drietal met alle overeenkomsten en verschillen. Het gesprek dat daarop volgde, bleek een uiterst vruchtbare voedingsbodem voor het nieuwe creatieve fundament van Beeldr.



We schreven een corporate story voor Beeldr, inclusief de pay-off die je hier leest.





Als elk woord telt.

Kom langs  
Bloemgracht 45-H, Amsterdam

Bel  
020 531 42 33

Mail  
hallo@tekstwerf.nl

Surf  
www.tekstwerf.nl