

Verfrissend en eigentijds

VHG introduceert nieuwe huisstijl

De buitenwereld vormt zich aan de hand van de uitstraling van een merk een indruk van waar het merk voor staat. Dit noemen we het merkimago. Dit merkimago bepaalt de houding die men aanneemt ten opzichte van de organisatie en haar activiteiten.

Het is belangrijk dat het VHG-merkimago overeenkomt met de merkwaarden die wij als brancheorganisatie willen uitstralen. Merkwaarden zijn (mede)bepalend voor het gedrag, de communicatie, de symbolen en de producten en diensten van een organisatie. Merkwaarden klinken door in al ons doen en laten.

De VHG heeft vijf merkwaarden gekozen:

- Toegankelijk
- Gezaghebbend
- Samen

- Zelfbewust
- Zekerheid

Deze merkwaarden zijn nog tamelijk abstract en op verschillende manieren uit te leggen. Daarom in dit artikel een uitleg.

Zelfde doel, nieuw jasje

Branchevereniging voor groene ondernemers. Dat is kort gezegd wat de VHG is. Al sinds jaar en dag. Maar de tijden veranderen. Wij ook.



Toegankelijk
Gezaghebbend
Samen
Zelfbewust
Zekerheid



Een aantal ontwikkelingen ligt ten grondslag aan de verandering:

- Door toetreding van de vakgroepen Boomverzorging, Dak- en gevelbegroening en Interieurbeplanting dekt de naam 'Vereniging van Hoveniers en Groenvoorziensers' de lading niet meer.
- De VHG wil een eigentijdse organisatie zijn, daar hoort een eigentijds logo bij. Het huidige logo is ruim tien jaar oud. Het bestaande logo dient verfrist te worden, zonder de herkenbaarheid van het bestaande logo te verliezen.
- De diverse vakgroepen hebben behoefte aan eigen profilering binnen de VHG. De huisstijl biedt daar nu geen mogelijkheden voor.
- In 2002 is - in verband met de oprichting van stichting Groenkeur - door de VHG Ledenraad besloten het gebruik van het VHG-logo door VHG leden aan banden te leggen gedurende vier jaar. Achterliggende reden was dat Groenkeur als kwaliteitskeurmerk de gelegenheid geboden moest worden zich een positie te verwerven in de branche. Het VHG-logo werd te vaak beschouwd als kwaliteitskeurmerk, terwijl het VHG-lidmaatschap formeel geen kwaliteitsgaranties biedt. De periode van vier jaar ligt ruim achter ons en daarmee is de tijd aangebroken voor een nieuwe fase. Er moeten duidelijke richtlijnen komen waarbij alle ruimte is voor VHG-leden om te kunnen uiten dat zij lid zijn van de van de VHG.

Dus passen we onze huisstijl aan. Niet teveel, want we willen wel herkenbaar blijven. Maar wel voldoende om eigentijds te zijn. Het logo lijkt op het vorige, maar is wel aangepast. Woord en beeld hebben een iets modernere vorm en een nieuwe, frisse tint gekregen. Daarmee krijgt het een meer eigentijdse, zelfbewustere uitstraling. We noemen alleen nog de letters VHG, zodat alle vakgroepen zich hierin herkennen. Branchevereniging voor groene ondernemers voegen we eraan toe. Groene ondernemers zijn we immers allemaal.

Wat blijft is de moderne vormgeving met rechte lijnen en het gebruik van grote sfeerbeelden. Nieuw is het moderne, duidelijke lettertype. De vakgroepen krijgen geen apart logo, maar wel een eigen herkenbare kleur. Ook het fotogebruik sluit daarop aan. Zo is duidelijk welke vakgroep de afzender is.

De stijl is heel eigen en heel herkenbaar. En als we het consequent volhouden: echt VHG.

Belangrijk is dat nieuwe huisstijl past bij de bestaande. Zodat we niet ineens alles waar onze naam op staat, moeten vervangen. Dat zou verspilling zijn. Alleen het huisdrukkwerk wordt in één keer vervangen. Het oude briefpapier en de oude enveloppen worden verzameld en gerecycled. Geleidelijk aan worden ook andere middelen waar ons logo opstaat, vervangen. Maar alles op zijn tijd. Zo wordt verkwisting zoveel mogelijk voorkomen.

Richtlijnen voor gebruik

We willen continue onze professionaliteit verbeteren. We willen onze krachten bundelen en onze gemeenschappelijke belangen behartigd zien. Ondernemerschap en vakmanschap staan hierbij voorop. Daarom zijn bedrijven aangesloten bij de VHG. De klanten mogen dat ook weten. Door een sticker op bedrijfsauto's, een logo op de website of advertentie en op drukwerk. Per 1 oktober 2008 zal het landelijk bureau haar communicatie uitingen (briefpapier, site, VHG Magazine ed) aanpassen. De leden hebben tot 1 januari 2009 de tijd het logo in te voeren. Op aanvraag is het logo per 1 oktober a.s. voor bedrijven beschikbaar. Neem hiervoor contact op via info@vhg.org. ■