

Voorstel aan het AB

Van	Dagelijks Bestuur	ID-nummer	2019-410691325-173
Portefeuillehouder	P. van der Broeck		
Onderwerp	Nieuwe visuele identiteit WBL		
Agendapuntnr.	3.6	AB-vergadering	18 september 2019

Voorstel

Overeenkomstig het voorstel van het Dagelijks Bestuur:

1. In te stemmen met een nieuwe visuele identiteit van WBL passend bij de evolutie en toekomst van Waterschapsbedrijf Limburg.
2. Te kiezen voor concept 4a "Drop" gezien de beoogde positie, toekomstvisie en link van WBL met WL gebaseerd op Toekomstvisie 2030, bestuursprogramma 2019-2023, kadernota 2020-2025 en de opdracht van WL aan WBL.
3. Opdracht te geven voor de implementatie van het nieuwe logo vanaf 1-1-2020 op een sobere doelmatige manier.

Toelichting

Met de uitrol van de Toekomstvisie 2030, bestuursprogramma 2019-2023, kadernota 2020-2025 en daarmee samenhangende opdracht van het AB WL heeft Waterschapsbedrijf Limburg een nieuwe, veranderende rol gekregen. Dit heeft invloed op de identiteit en bedrijfscultuur, ofwel het DNA van Waterschapsbedrijf Limburg.

Het huidige logo en de uitstraling passen niet meer bij de evolutie en toekomst van Waterschapsbedrijf Limburg, mede door de moeilijke toepasbaarheid digitaal en in de sociale media. Daarnaast is een duidelijk herkenbare eigen identiteit van belang gezien de samenwerking met partners in de waterketen en kennisinstellingen. Daarom hierbij een voorstel voor een nieuwe visuele identiteit, een nieuw logo.

In bestuursprogramma 2019-2023 wordt verder aangegeven dat:

"De inrichting, maar dus ook de **uitstraling** passend c.q. afgestemd moet zijn bij de uitdagingen waar we voor staan."

"Een **moderne**, flexibele organisatie willen zijn die **toekomstbestendig** is."

"Die haar taak, het zuiveren van afvalwater **zelfstandig** blijft uitvoeren."

Bovenstaande heeft geleid tot uitwerking van een aantal concepten waarvan concept 4 (4a of 4b) bij u wordt aanbevolen gezien het feit dat dit logo voortbordurt op het huidige gebruikte beeldmerk, de druppel. Moderner en toekomstbestendig weergegeven waar WBL voor staat c.q. wat haar opdracht is; Water, we halen er samen alles uit! Hetgeen terug te zien is in de drie kleur. Tevens wordt door identiek kleurgebruik en lettertype van het WL-logo de link met het zusterbedrijf weergegeven.

Concept 4a "Drop"



In de presentatie in de bijlage vindt u de andere concepten en nadere overwegingen omtrent dit voorstel.

Beoogd effect in relatie tot strategische doelen en toekomstvisie 2030

1. Door hetzelfde kleur- en lettertypegebruik blijkt de relatie/link met Waterschap Limburg
2. Met de nieuwe visuele identiteit krijgt WBL een toekomstbestendig, modern logo dat de missie en visie uitstraalt en gebaseerd is op haar opdracht.
3. Dit nieuwe logo is in tegenstelling tot het huidige logo wél goed te gebruiken en blijft herkenbaar/zichtbaar zowel digitaal als in de sociale media.

Risico's

N.v.t.

Financiële consequenties

p.m.

Communicatie

Na besluitvorming wordt een communicatieplan met financiële paragraaf ten behoeve van implementatie vanaf 1 januari 2020 uitgewerkt en ter informatie gedeeld in het DB in december.

Ondernemingsraad

N.v.t.

Evaluatie en borging

N.v.t.

De directeur,

ing. E.M. Pelzer MMO

De voorzitter,

drs. ing. P.F.C.W. van der Broeck


Vastgesteld door het Algemeen Bestuur d.d. 18 september 2019.

De directeur,

De voorzitter,

ing. E.M. Pelzer MMO

drs. ing. P.F.C.W. van der Broeck



Nieuwe visuele identiteit Waterschapsbedrijf Limburg

7 augustus 2019

WATERSCHAPSBEDRIJF
LIMBURG

Een nieuwe rol, een nieuwe identiteit

Met de uitrol van de Toekomstvisie 2030, bestuursprogramma 2019-2023, kadernota 2020-2025 en daarmee samenhangende opdracht van het AB WL heeft Waterschapsbedrijf Limburg een nieuwe, veranderde rol gekregen.

Dit heeft invloed op de identiteit en bedrijfscultuur, ofwel het DNA van Waterschapsbedrijf Limburg.

Het huidige logo en de uitstraling passen niet meer bij de evolutie en toekomst van Waterschapsbedrijf Limburg, mede door de moeilijke toepasbaarheid digitaal en in de social media.

Daarnaast is herkenbaarheid, een eigen van belang gezien de samenwerking met partners in de waterketen en kennisinstellingen.

Daarom: een nieuw logo en een nieuwe visuele identiteit!

Huidige visuele identiteit WBL

W A T E R S C H A P S B E D R I J F
L I M B U R G



Water. We halen er ^{samen} alles uit.

W A T E R S C H A P S B E D R I J F
L I M B U R G

Beoordeling logo

Om een logo en visuele identiteit op de juiste manier te beoordelen, is het van belang niet alleen te kijken naar **persoonlijke voorkeuren** en **smaak**.

Het is onder meer van belang te kijken naar de **merkstructuur**: de samenhang (of juist het ontbreken daarvan) met moeder- en dochterbedrijven en de **positionering** van de organisatie bij de belangrijkste doelgroepen.

Met positionering bedoelen we: de **positie die WBL** wil innemen in het **brein** van zijn doelgroepen, **ten opzichte van andere organisaties**.

Gewenste positionering Toekomstvisie

In de Toekomstvisie 2030 staat hierover het volgende:

*"Samenwerking in de waterketen is gebaat bij een duidelijke positionering van Waterschapsbedrijf Limburg (WL) op **enige afstand** van Waterschap Limburg (WL), omdat de watersysteem- en waterveiligheidstaken (o.a. toezicht en handhaving) van een WL met enige regelmaat (kunnen) leiden tot **belangentegenstellingen** met gemeenten.*

In bestuursprogramma 2019-2023 wordt aangegeven dat:

*"De inrichting, maar dus ook de **uitstraling** passend cq afgestemd moet zijn bij de uitdagingen waar we voor staan"*

*Een **moderne**, flexibele organisatie willen zijn die **toekomstbestendig** is*

*Die haar taak, het zuiveren van afvalwater **zelfstandig** blijft uitvoeren*

Concept 1 en 2

- Er zijn 2 logo's ontworpen die de 'drie- streep' van WL gebruiken, met daaraan toegevoegd de 'B' van WBL. De kleuren van de 3 strepen symboliseren de energierugwinning en –opwekking, de grondstoffenterugwinning en de levering van gezuiverd water aan landbouw en industrie


Voordelen:

- WBL lift mee op de bekendheid en het imago van WL.

Nadelen:

- Het onderscheid tussen WL en WBL is minder duidelijk. Dit maakt het lastiger om WBL als **zelfstandige** organisatie met **specifieke verantwoordelijkheden en taken** te positioneren.

Concept 1: "Family tree"

 **BL** waterschapsbedrijf
limburg

Water. We halen er samen alles uit.

 **L** waterschap
limburg

met de omgeving, voor de omgeving



Concept 2: "Family tree"



Concepten 3 en 4

Toelichting: de moederorganisatie en haar dochterorganisaties staan meer zichzelf. Zoals gesteld: we zijn nu zussen; Er is dus een link, maar minder zichtbaar.

Voordelen:

- eigen identiteit, men gaat WBL beschouwen als een aparte en zelfstandig opererende eenheid
- dit maakt het makkelijker om duidelijk te maken wat WBL doet en waar WBL voor staat. Door een duidelijke positionering van WBL hebben zij minder last van (negatieve) bestaande en toekomstige associaties die stakeholders hebben met WL.

Nadelen:

- we missen ook de voordelen van positieve bestaande associaties met WL. Indien het gunstig is om mee te liften op de bekendheid en het imago van WL, dan maakt deze merkstrategie dit lastiger.

De concepten 'Color wave' en 'Drop' passen binnen deze merkstructuur. Ook hier symboliseren de drie kleuren de energierugwinning en -opwekking, de grondstoffenterugwinning en de levering van gezuiverd water aan landbouw en industrie

Concept 3: color wave



Concept 4a: “Drop” met hoofdletters



Concept 4b: “Drop” met kleine letters



Overige beoordelingscriteria

- Eerste indruk (gevoelsmatig)
- Weerspiegelt het logo de identiteit van WBL?
- Verbeeldt het logo onze kernkwaliteit (wat we doen en hoe we het doen)?
- Spreekt het de doelgroep aan (eventueel testen)?
- Is het positief (geen negatieve associaties)?
- Is het sterk en eenvoudig?
- Is het uniek?
- Is het origineel?
- Is direct duidelijk om welk soort bedrijf het gaat?
- Is het tijdloos en professioneel (kan het nog 10 jaar mee)?
- Is het goed leesbaar?
- Versterken de kleuren, vormen en typografie elkaar?

Aanbeveling

- Kiezen voor de concept 1 of 2 laat zien dat er een duidelijke link is met WL. In het licht van de Toekomstvisie, bestuursprogramma en kadernota biedt dit ontwerp waarschijnlijk niet de gewenste uitkomst
- Gezien de in de Toekomstvisie, bestuursprogramma en kadernota vermelde gewenste positionering, is het dus aan te bevelen om te kiezen voor Concept 3 of 4. De keuze voor de kleuren en lettertype laat zien dat er wel een duidelijke link is met WL
- Concept 3 borduurt voort op het verleden, terwijl concept 4 het heden en de toekomst weerspiegelt; de druppel die ook nu al gebruikt wordt als beeldmerk.
- Aanbeveling; kies voor **concept 4a of 4b "Drop"**: 2 druppels over elkaar die weergeven waar WBL voor staat; Water, we halen er samen alles uit. Gezuiverd water, grondstoffen en energie!



Bedankt voor je aandacht!