Huisstijl
Handboek
Merk Best
Best

Inhoud

01

Inhoud 01 PAGINA 15

Voorwoord 02 PAGINA 5

Motto Best 03 PAGINA 7

Thematiek Best 04 PAGINA 13

Logo 05 PAGINA 17

Kleurgebruik 06 PAGINA 27

Fonts 07 PAGINA 31

Vormentaal 08 PAGINA 35

Fotografie 09 PAGINA41

Middelen toegepast 10 PAGINA 47

Contact gegevens 11 PAGINA 79

Voorwoord

02

Hoe zorgen we ervoor dat we bij de promotie en marketing van Best communiceren vanuit één herkende uitstraling? In dit huisstijlhandboek vind je de antwoorden.

Je kunt het zien als een paspoort, onze identiteit. Het unieke verhaal van Best verwoord en verbeeld. Met als doel: bouwen aan een aantrekkelijk merk dat de diverse doelgroepen aanspreekt.

Elke inwoner en ondernemer van Gemeente Best is ambassadeur van dit merkverhaal. Het laden van dit merk moeten we samen gaan vormgeven waarmee we gaan werken aan een gedeeld 'eigenaarschap'. Als voor iedereen duidelijk is wie we zijn en hoe we ons presenteren volgens de huisstijl, dragen we samen Best uit. Dit doe je tenslotte samen.

DOEL HUISSTIJLWIJZER
Een van de belangrijkste taken van een huisstijl is ervoor te zorgen dat alle uitingen van het merk zodanig aan elkaar gekoppeld zijn, dat er voor de omgeving duidelijk sprake is van een samenhangend geheel. De huisstijl heeft een belangrijke signaalfunctie bij het herkennen van het merk. In dit handboek staan de afspraken die ervoor moeten zorgen dat het merk altijd eenduidig naar buiten treedt.

ONTWIKKELEN EN GEBRUIK MAKEN VAN DE HUISSTIJL
Voor ontwikkeling van nieuwe huisstijldragers en herdruk van reeds ontwikkelde middelen, is altijd afstemming en goedkeuring vereist met de merkmanager(s) van Best: Danielle Berends of Robin Boom.

EIGENDOM
Deze vernieuwde huisstijl voor Best is ontwikkeld in opdracht van de gemeente Best. Zij zijn ook eigenaar van het merk en de ontwikkelde huisstijl.

Motto 03

Best is bijzonder. En vanuit de propositie en slogan Best Bijzonder is er de laatste jaren gewerkt aan de promotie van Best. Dit heeft een aantal zaken op gang gebracht. Echter echt laten zien waar we als Best goed in zijn en daarin samenwerken met de diverse partijen in de gemeente is nog niet goed genoeg van de grond gekomen. Vandaar dat er voor is gekozen om Best Bijzonder door te ontwikkelen en ons daarbij te richten op in eerste instantie de bewoners (van Best en de regio) en de bedrijven en tweede instantie de bezoekers aan Best.

Op veel locaties en in veel onderwerpen zijn er mooie ontwikkelingen gaande en mooie projecten gerealiseerd die we meer kunnen en mogen promoten. Best Boeit en Bloeit Best voor bewoners, bedrijven en bezoekers.

Best

boeit & bloeit

Waarom Best Boeit & Bloeit?

Best ligt dáár, waar stad en streek elkaar ontmoeten. Dat brengt grote pluspunten met zich mee die Best een geheel eigen identiteit geven: Best heeft de stadse dynamiek en de hightech werkgelegenheid in Eindhoven binnen handbereik.

Tegelijkertijd is de landelijke rust van Nationaal Landschap Het Groene Woud en andere natuurgebieden heel nabij. Best is bovendien uitstekend bereikbaar en beschikt over zowel moderne als authentieke woonwijken, veel bedrijvigheid, een rijk verenigingsleven, een groot recreatie- en horeca-aanbod, waardevolle winkelgebieden en talrijke voorzieningen in sport, onderwijs, cultuur en zorg. Deze kenmerken maken van Best een gemeente met meerwaarde, een buitengewone vestigingsplaats voor gezinnen met kinderen.

Kortom Best is bijzonder: Bruisend & Bosrijk. Bourgondisch & Bedrijvig. Rumoer & Rust. Brainport & de poort naar het Groene Woud. Populair & Populier. Stedelijk & Natuurlijk. In die veelzijdigheid en tegenstelling schuilt de kracht van Best. Het bijzondere karakter. En precies dat komt samen in de nieuwe merkbelofte: Boeit & Bloeit. Krachtige begrippen waarin je de letterlijke alsook de figuurlijke belofte leest en voelt. Met andere woorden: het benadrukt het groene (kwaliteit in natuur), maar ook het bruisende karakter (kwaliteit in recreatie) van Best. Hetgeen we in woord en beeld gaan laden. In stijl, alsook in de ‘tone of voice’ gaan we de tegenstelling en de veelzijdigheid terug laten komen.

Neem het beeldmerk dat gebaseerd is op het blad van de populier: het is aan de ene kant met de vorm van het blad organisch, groen en natuurlijk, aan de andere kant maakt de grafische en abstracte vorm van het beeldmerk de uitstraling stedelijk en eigentijds. Ook het kleurgebruik is fris en van deze tijd.

brainport & ‘t Groene Woud
populair & populier
rumoer & rust
cultuur & natuur
bedrijvig & bourgondisch
jong & oud
bruisend & bosrijk
stads & streek
boeit & bloeit

Link naar populier (bloeien) en daarmee naar natuur / Groene Woud

Kwaliteit in recreatie (boeit)
Kwaliteit in natuur (bloeit)

Veelzijdig genieten = bewijzen té over (boeit beachgangers, rustzoekers, jonge garde én oude vandagen)

Kwaliteit in werken (boeit & bloeit)

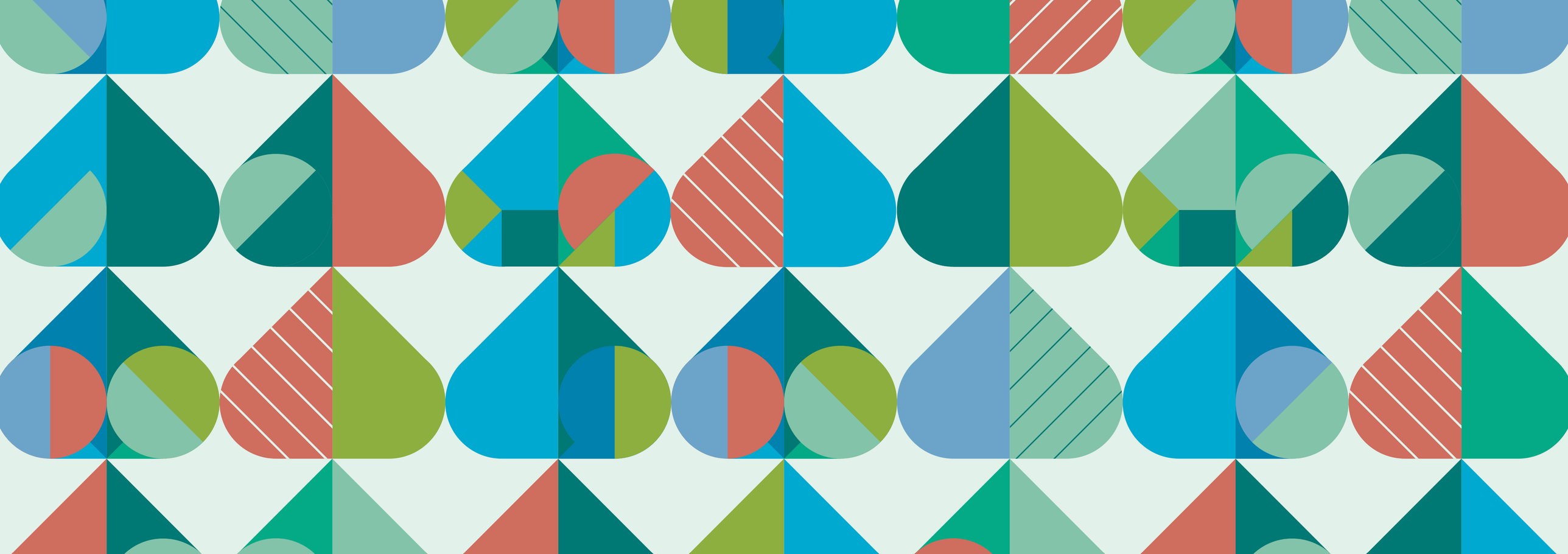
Thematiek

04

bijzonder
Best

Bij de ontwikkeling van dit merk hebben we Best bijzonder als startpunt genomen voor de doorontwikkeling. De bijzondere aspecten van Best willen we graag meer gaan uitdragen in positieve promotie campagnes. Door bijzonder gecombineerd met andere kwalificaties te verbinden aan Best in promotie campagnes willen we Best steeds meer een gezicht geven. En niet in de vorm van borstklopperij maar vanuit het principe laten zien wat Best heeft.

bijzonder
bruisend
bosrijk
bourgondisch
brabants
bedrijvig
boeiend
bloeiend
blakend
...
Best



Logo 05

Logo

Het logo van Best is een krachtig iconisch beeld, welke het bekende populierenblad als uitgangspunt heeft.

De vorm van het blad is gestileerd naar een symetrisch beeld, de drie lijntjes symboliseren de nerven van het blad. Wanneer het logo 180 graden gedraaid wordt vormt het een pijl of poort naar buiten. Vanuit het centrum van Best naar De Vleut en ‘t Groene Woud, of vanuit Best naar Eindhoven of vanuit het centrum naar de wijken erom heen.

Positief gebruik

Diapositief gebruik

GEBRUIK BEELDMERK

Het logo van Best mag gebruikt worden op uitingen die gericht zijn op de promotie van Best. Wel dient er rekening gehouden te moeten worden met een aantal basisregels.

Ook vragen we om bij gebruik contact op te nemen met de merkmanagers van Best.

MINIMALE RUIMTE RONDOM LOGO

Ruimte X is altijd een vierkant. De ruimte naast en onder het logo dient altijd minimaal X te zijn. Hierdoor komt het logo nooit ‘krap’ te zitten in een communicatie uiting.

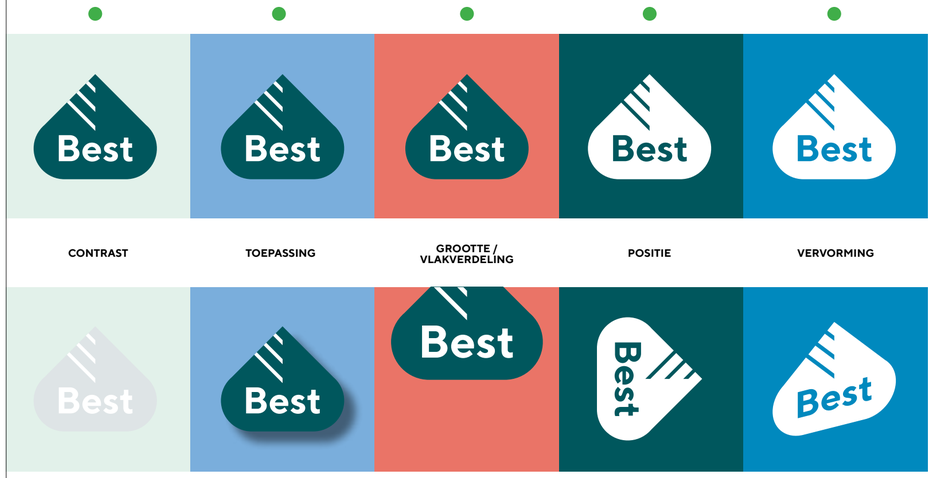
MINIMALE RUIMTE RONDOM LOGO EN MOTTO

RUIMTE BOVEN LOGO

Wanneer er een ondersteunend kader gebruikt wordt, voor bv tekst of beeld, dan dient het logo daar met de bovenste punt op aan te sluiten.

GEBRUIK BEELDMERK

Hiernaast een overzicht van hoe het logo wel - en niet - gebruikt kan worden.



Het logo dient voldoende contrast te hebben met de achtergrond

Het logo wordt enkel gebruikt in de 'platte' variant. D.w.z. dat er geen effecten op toegepast mogen zijn.

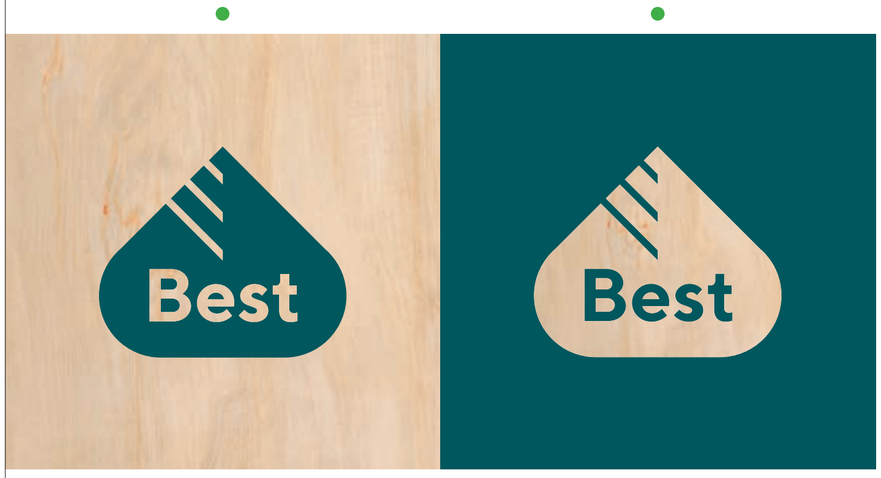
Het logo loopt niet buiten het vak waarbinnen het zich bevindt

Het logo gebruiken we altijd in dezelfde staande versie

Het is niet toegestaan het logo te vervormen

GEBRUIK BEELDMERK

Wanneer het logo gebruikt wordt in combinatie met fotografische achtergronden, zal het altijd aan de hiernaast getoonde voorbeelden moeten voldoen.



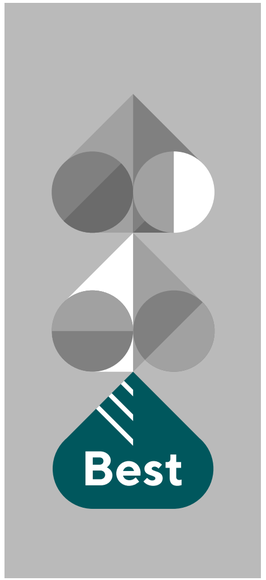
Het logo is ook te gebruiken op een fotografische achtergrond, zolang het contrast voldoende blijft

Het logo is ook te gebruiken als masker voor een foto of patroon, zolang het contrast voldoende blijft en de gebruikte foto niet te druk is, waardoor de tekst 'Best' altijd leesbaar blijft

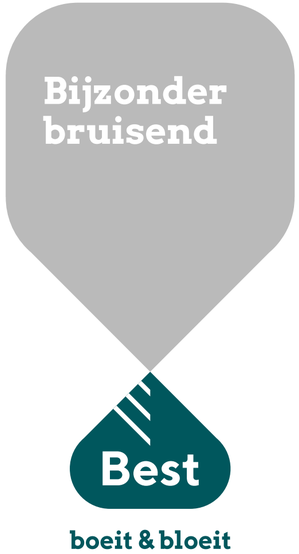
GEBRUIK BEELDMERK MET OF ZONDER PAYOFF

We gebruiken het logo icm de payoff wanneer het om een communicatieve uiting gaat. Dus niet op de corporate stationery, of andere uitingen waar enkel het logo op gebruikt wordt. Wanneer er een boodschap verteld wordt, plaatsen we het logo icm de payoff.

Deze variant van het logo met boeit & bloeit gebruiken we beperkt. Als het gaat om het Inhoudelijke projecten waarbij gewerkt aan het verder ontwikkelen en vormgeven van het profiel van Best kan deze variant worden ingezet. Hierover moet altijd afstemming plaatsvinden.



Het logo loopt niet buiten het vak waarbinnen het zich bevindt



Kleurgebruik

06

Kleuren

Het totale kleurgamma van Best bestaat uit negen kleuren, waarvan één primaire kleur. De primaire kleur is donkergroen. Deze kleur is stevig als contrastkleur, heeft het natuurlijke karakter en is zakelijk genoeg om aan te sluiten bij de stadse kleuren. De overige acht kleuren zijn de secundaire kleuren.

KLEURGEBRUIK PRIMAIR

DONKERGROEN BEST

C	95	PMS 330
M	40	
Y	48	
K	37	
R	0	#00565e
G	86	
B	94	

DONKERGROEN DIAPOSITIEF BEST

C	95	PMS 330
M	40	
Y	48	
K	37	
R	0	#00565e
G	86	
B	94	

ZWART BEST

C	0	PMS BLACK
M	0	
Y	0	
K	100	
R	0	#000000
G	0	
B	0	

KLEURGEBRUIK SECUNDAIR

De overige acht kleuren staan voor het stadse en natuurlijke karakter van Best.

C	93	R	0	C	82	R	0
M	30	G	132	M	3	G	171
Y	10	B	189	Y	6	B	223
K	1			K	0		
PMS 7460 U		#0084bd		PMS 312 U		#00abdf	

C	50	R	138	C	4	R	241
M	20	G	181	M	50	G	84
Y	1	B	224	Y	42	B	75
K	0			K	0		
PMS 2716 U		#8ab5e0		PMS 171 U		#f1544b	

C	91	R	0	C	42	R	168
M	27	G	123	M	10	G	187
Y	49	B	125	Y	93	B	49
K	12			K	1		
PMS 329 U		#007b7d		PMS 583 U		#a8bb31	

C	80	R	0	C	42	R	162
M	0	G	170	M	2	G	208
Y	57	B	137	Y	33	B	187
K	0			K	0		
PMS 339 C		#00aa89		PMS 337 C		#a2d0bb	

Gebruik van realistische textuurbeelden van populierenhout

Fonts

07

Fonts

Arvo is een Google webfont, dat we gebruiken voor toepassing in alle (huisstijl)middelen. Het betreft de volledige familie van het font.

In het geval van headers gebruiken we de BLACK variant van Arvo in kapitale uitvoering.

Header twee regels

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
01234567890
ABCDCEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

INTERLINIE

Binnen de headers gebruiken we een vaste opzet qua interlinie. Wanneer het font groter wordt, gaat de interlinie evenredig mee. Dus bij een font van 50 pt, is de interlinie ook 50 pt. Bij een font van 75 pt, is de interlinie 75 pt. Enz.

In het geval van intro teksten gebruiken we de MEDIUM variant van de TT Norms in reguliere uitvoering.

Ilitiaspel inulloritas dolor ad ma sit volo te volorias in nus por aut fugit aut eiur, estius erro ipsam quia qui nonseque que res dolorep udandamus et lacidusandam quides modistibus escidendis.

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
01234567890
ABCDCEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ

In het geval van intro teksten gebruiken we de REGULAR variant van de TT Norms in reguliere uitvoering.

Ilitiaspel inulloritas dolor ad ma sit volo te volorias in nus por aut fugit aut eiur, estius erro ipsam quia qui nonseque que res dolorep udandamus et lacidusandam quides modistibus escidendis auditiu sciaesti temquo es dolupta temporatius pelicim oluptatio mi, omnis desequi stiant, coribea temporum se sequia simporp oreptur as estorehendi re exceate quia es dolupta ipienectore magnamus imaio. Sequi occus et aut fuga. Nem dicienis sumquat uribus sim facest, sapictis dolupta.

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
01234567890
ABCDCEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ

In het geval van webteksten gebruiken we de REGULAR variant van de Arial

Ilitiaspel inulloritas dolor ad ma sit volo te volorias in nus por aut fugit aut eiur, estius erro ipsam quia qui nonseque que res dolorep udandamus et lacidusandam quides modistibus escidendis auditiu sciaesti temquo es dolupta temporatius pelicim oluptatio mi, omnis desequi stiant, coribea temporum se sequia simporp oreptur as estorehendi re exceate quia es dolupta ipienectore magnamus imaio. Sequi occus et aut fuga. Nem dicienis sumquat uribus sim facest, sapictis dolupta.

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
01234567890
ABCDCEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ

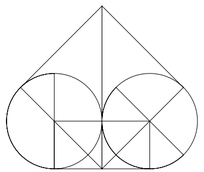
Vormentaal

08

Vormen logo

Het logo van Best is een krachtig iconisch beeld, welke het bekende populierenblad als uitgangspunt heeft. Het logo is opgebouwd uit verschillende geometrische vormen, welke samen het blad vormen.

Deze geometrische vormen, kunnen in lijn of in volvlak kleur gebruikt worden. Op deze manier ontstaat er een spannend kleur en vorm spel, welke mooi de twee gezichten van Best symboliseert: natuur en stads.



Het logo / vormentaal is gebaseerd op de geometrische vormen waaruit het logo is opgebouwd.

De vlakken zijn in lijn, maar ook in volvlak te gebruiken. Hierdoor ontstaat een mooie dynamiek.

Uiteindelijk geldt overal de gestileerde populierblad-vorm als uitgangspunt.

DIVERSE UITVOERINGEN

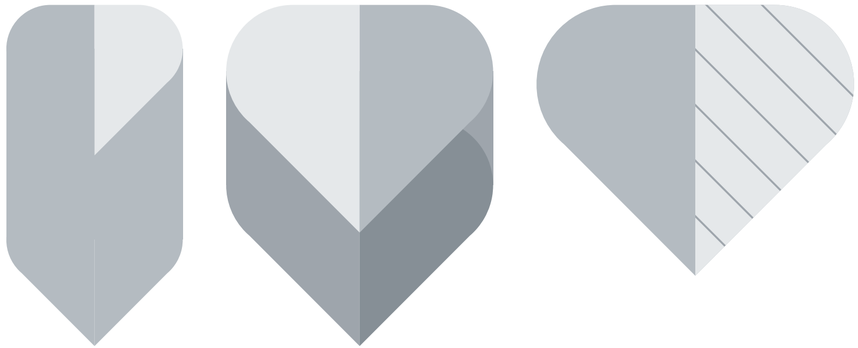
De diverse vlakken kunnen in lijn, divere kleuren gebruikt worden, maar ook gevuld worden met relevante fotografie.

Doorvertaling

De vormen waaruit het logo is opgebouwd (populierblad) gebruiken we ook als duiding voor bv titels of tekstkaders.

Door deze vormen te herhalen / kopieren, kunnen verrassende vlakken ontstaan. Met de punt naar beneden kunnen deze vlakken ook als pointer gebruikt worden.

NOTE:
De vorm dient ALTIJD uit meerdere elementen te zijn opgebouwd. Dus niet een volledig gekleurd vlak.



Gebruik

De plaatsing van de vorm kan willekeurig gebeuren. Belangrijk is dat het beeld waarop de vorm geplaatst is, herkenbaar blijft.

Fotografie

09

Fotografie Natuur

Best kijkt uit op ‘t Groene Woud. Een mooie groene, fotogenieke plek.

Binnen deze fotografie dient groen de boventoon te voeren. Verder mag de fotografie divers en inspirerend zijn. Het is wenselijk om mensen in de beelden te gebruiken. Daarnaast is herkenbaarheid van de omgeving belangrijk.

Fotografie Dorp

Wanneer we het dorp Best centraal zetten in de fotografie is het belangrijk dat de omgeving genoeg spreekt.

En waar mogelijk foto's gebruiken waarop de plekken /locaties herkenbaar zijn.

Fotografie
Detail

Om variatie in beeldgebruik te stimuleren, kan er ook gebruik worden gemaakt van detailfotografie. Dit echter wel binnen relevante thema's.

Middelen 10

Online
Website 52
Social media 56
E-mail newsletter 58
Uitagenda 59

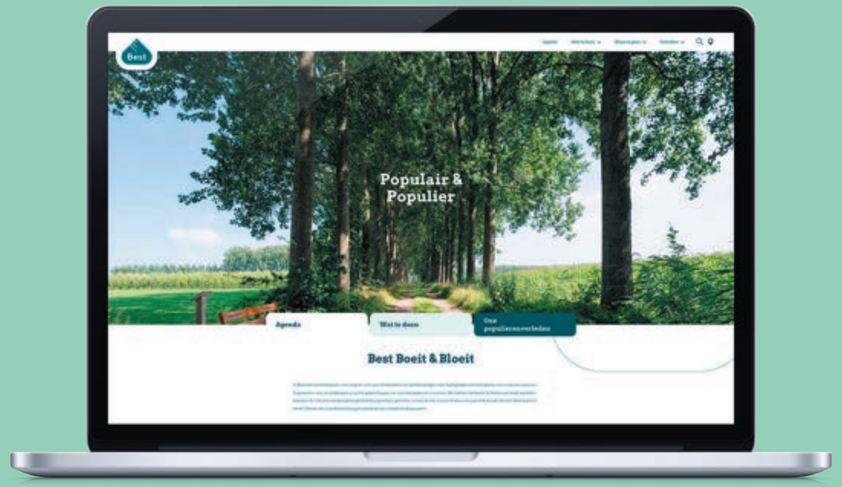
Correspondentie
Briefpapier/envelop/visitekaartjes 60
Ansichtkaarten 64

Diversen
Powerpointsjablonen 66
Poster A1 68
Roll-up banner 72

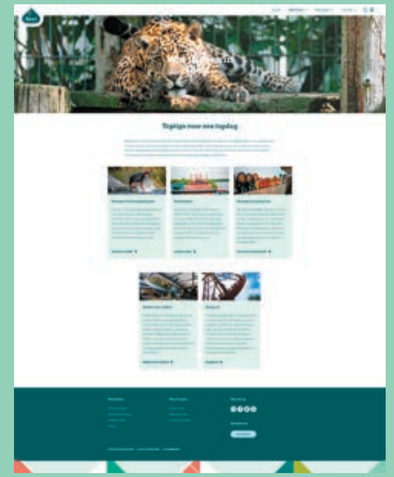
Foldermateriaal
Folder A5 74
Flyer A5 76

Dorpsaankleding
Toegangsborden gemeente 78
Vlaggen/banieren 80
Merchandise 82

Website in samenwerking met Insiders



DE WEBSITE IS TE BEREIKEN VIA WWW.BELEEFBEST.NL

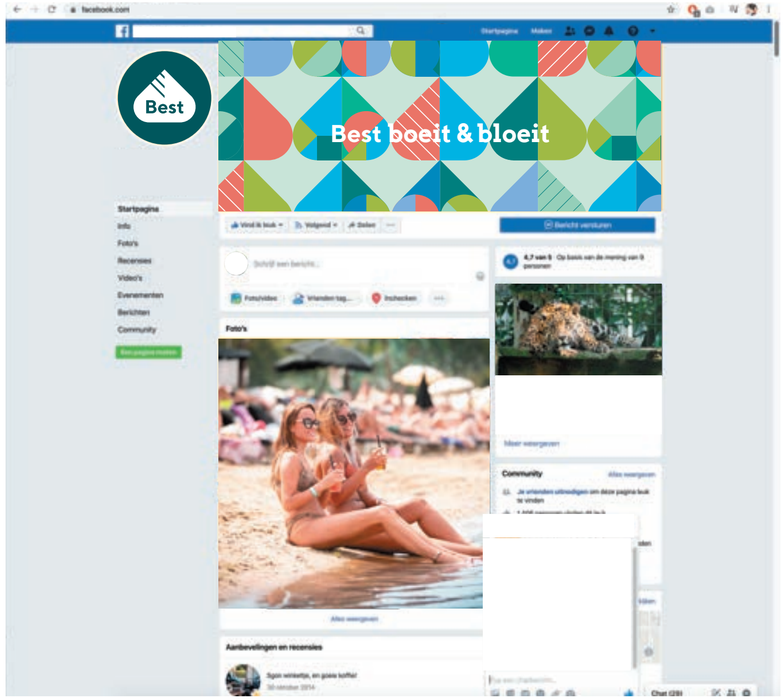


Mobiele website in samenwerking met Insiders

DE WEBSITE IS TE BEREIKEN VIA WWW.BELEEFBEST.NL

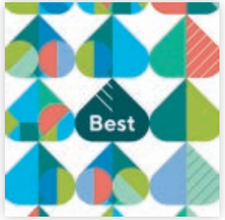
Social profiel

We gebruiken het beeldmerk van Best als icoon voor de profielimages van beleefbest op social media.



Social posts

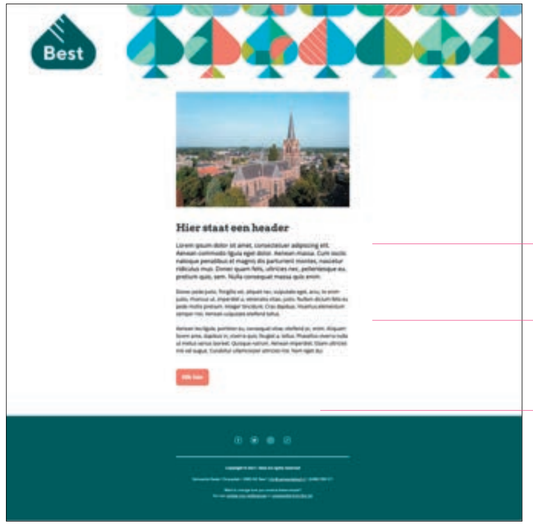
Dit zijn voorbeelden van organische posts en eventueel doorvertaling naar social media advertenties



Newsletter mobiel & desktop

Alle newsletters worden opgemaakt in Mailchimp. Met een ruime hoeveelheid aan templates, kan je diverse boodschappen makkelijk overbrengen.

Let op: het font TT Norms wordt enkel in de newsletter vervangen door Open Sans, omdat dit font ontbreekt in de lettertypecatalogus. Open Sans is het lettertype dat qua vormgeving het dichtst bij Montserrat komt.



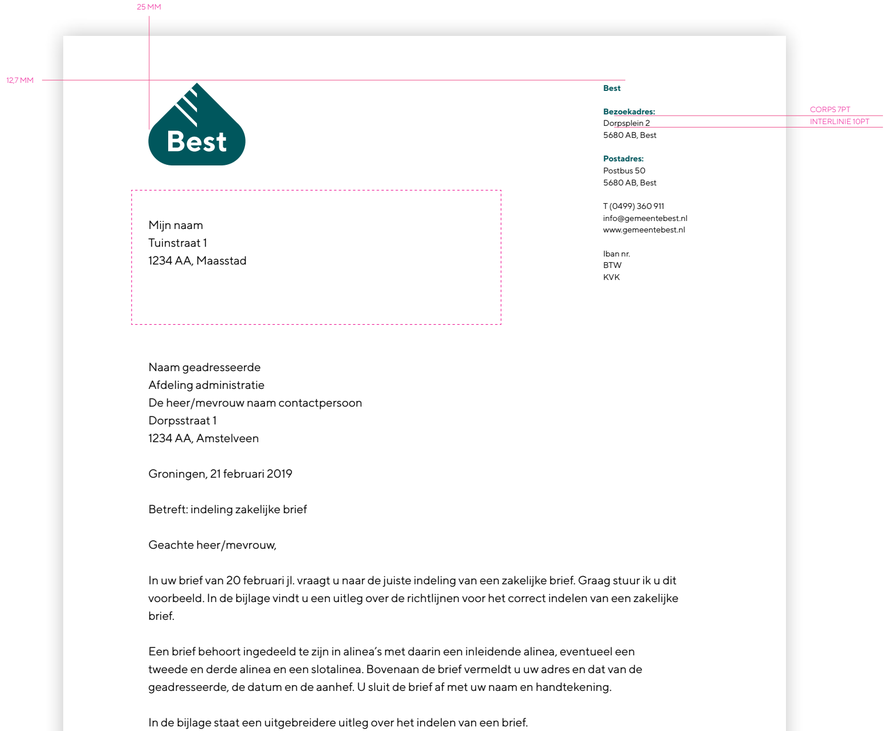
BOVENHEADER 33PT
FONT ARVO BOLD

INLEIDING 19PT
FONT OPEN SANS REGULAR
SUBTEKST 15PT
FONT OPEN SANS REGULAR

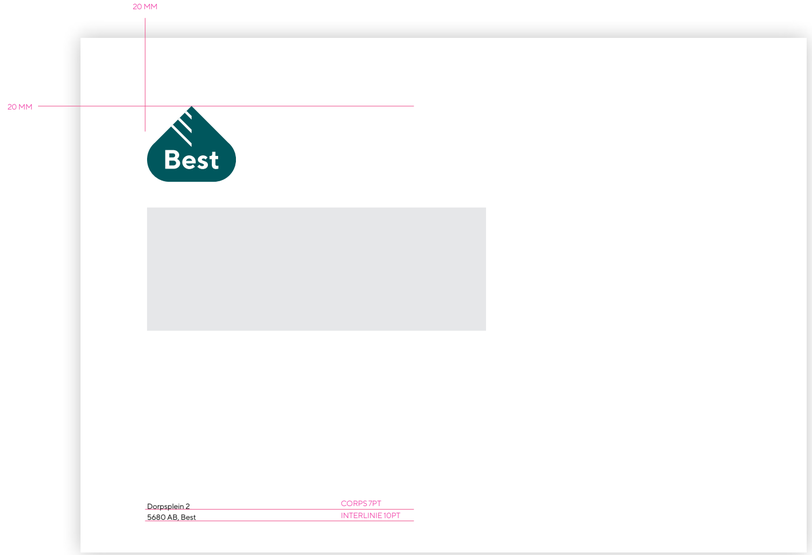
BUTTONS 18PT
FONT OPEN SANS BOLD

Uitagenda

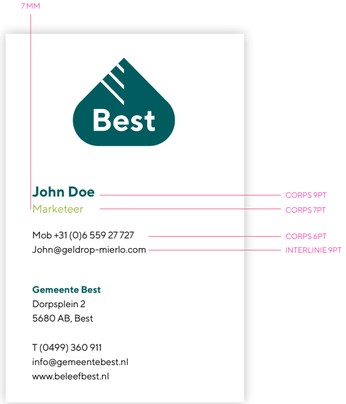
Briefpapier



Envelop



Visitekaartje



Ansichtkaarten

Powerpoint 16:9

BASISSTRAMIEN

De grijze varianten van de uitingen dienen als template en geven aan waar kleurvlekken, fotografie en fonts geplaatst dienen te worden.

Powerpoint 16:9

TOEPASSING

Poster A1

BASISSTRAMIEN

De grijze varianten van de uitingen dienen als template en geven aan waar kleurvlekken, fotografie en fonts geplaatst dienen te worden.

BOVENHEADER 55PT
FONT TT NORMS BOLD

HEADER 127PT
INTERLINIE 150PT
FONT ARVO BOLD

AFHANKELIJK VAN LENGTE TEKST

PLATTE TEKST 48PT
INTERLINIE 70PT
FONT TT NORMS MEDIUM

URL 55PT
INTERLINIE 75PT
FONT TT NORMS MEDIUM/BOLD

Poster A1

TOEPASSING

Poster A1

BASISSTRAMIEN

De grijze varianten van de uitingen dienen als template en geven aan waar kleurvlekken, fotografie en fonts geplaatst dienen te worden.

BOVENHEADER 80PT
FONT TT NORMS BOLD

HEADER 200PT
INTERLINIE 215PT
FONT ARVO BOLD

AFHANKELIJK VAN LENGTE TEKST

URL 75PT
INTERLINIE 100PT
FONT TT NORMS MEDIUM/BOLD

Poster A1

Roll-up banner

BASISSTRAMIEN

De grijze varianten van de uitingen dienen als template en geven aan waar kleurvlekken, fotografie en fonts geplaatst dienen te worden.

HEADER 230PT
INTERLINIE 270PT
FONT ARVO BOLD

PLATTE TEKST 87PT
INTERLINIE 129PT
FONT TT NORMS MEDIUM

URL 110PT
INTERLINIE 150PT
FONT TT NORMS MEDIUM/BOLD

Hier staat een header

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetuer adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus.

Meer informatie:
beleefbest.nl

Best

boeit & bloeit

HEADER 300PT
INTERLINIE 330PT
FONT ARVO BOLD

LOCATIE 130PT
DATUM 200PT
INTERLINIE 250PT
FONT TT NORMS BOLD

PLATTE TEKST 87PT
INTERLINIE 128PT
FONT TT NORMS MEDIUM

URL 110PT
INTERLINIE 150PT
FONT TT NORMS MEDIUM/BOLD

Hier staat een header

LOCATIE
DATUM

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetuer adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus.

Meer informatie:
beleefbest.nl

Best

boeit & bloeit

Folder A5

BASISSTRAMIEN

De grijze varianten van de uitingen dienen als template en geven aan waar kleurvlekken, fotografie en fonts geplaatst dienen te worden.

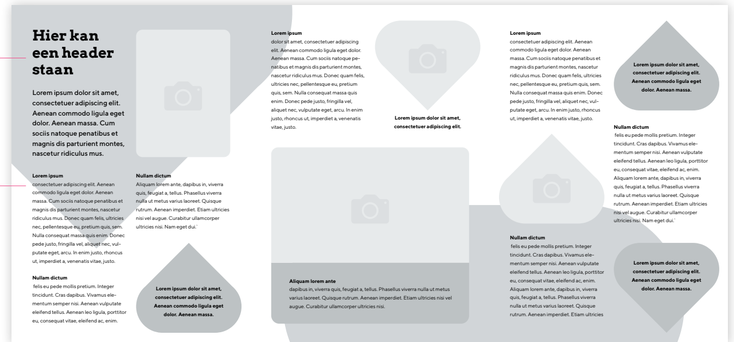
INTROTEKST 12PT
INTERLINIE 18PT
FONT TT NORMS MEDIUM

BOVENTITEL 18 PT
FONT TT NORMS BOLD
HEADER COVER 42PT
INTERLINIE 50PT
FONT ARVO BOLD
ONDERTITEL 13 PT
FONT TT NORMS BOLD

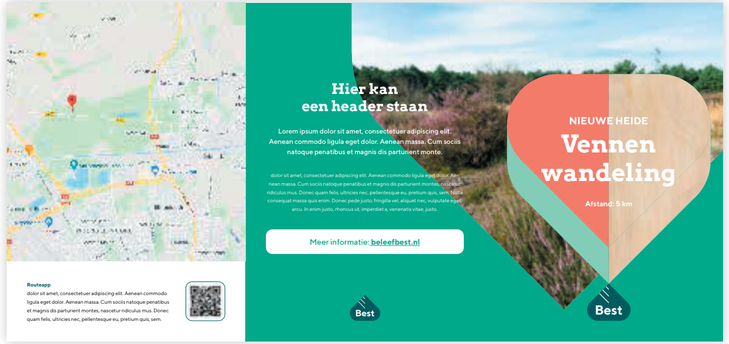
URL 14PT
FONT TT NORMS MEDIUM/BOLD

HEADER 25PT
INTERLINIE 30PT
FONT ARVO BOLD

PLATTE TEKST 9PT
INTERLINIE 15PT
FONT TT NORMS BOLD/REGULAR



Folder A5



Flyer A5

BASISSTRAMIEN

De grijze varianten van de uitingen dienen als template en geven aan waar kleurvlekken, fotografie en fonts geplaatst dienen te worden.

HEADER 25PT
INTERLINIE 30PT
FONT ARVO BOLD

BOVENHEADER 14PT
FONT TT NORMS BOLD

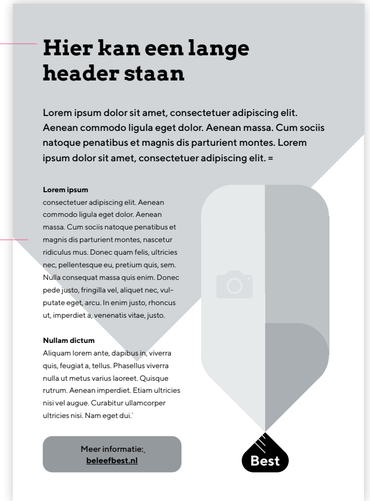
HEADER 32PT
INTERLINIE 38PT
FONT ARVO BOLD

AFHANKELIJK VAN LENGTE TEKST

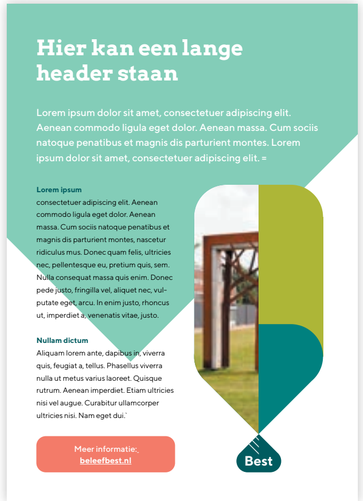
INTROTEKST 12PT
INTERLINIE 18PT
FONT TT NORMS MEDIUM

PLATTE TEKST 9PT
INTERLINIE 15PT
FONT TT NORMS BOLD/REGULAR

URL 14PT
INTERLINIE 19PT
FONT TT NORMS MEDIUM/BOLD



Flyer A5



Toegangs-borden

BASISSTRAMIEN

De grijze varianten van de uitingen dienen als template en geven aan waar kleurvlekken, fotografie en fonts geplaatst dienen te worden.

FORMAAT ENTREEBORDEN 1000X700MM

GEBRUIK VAN POPULIEREN VORMEN IN TE VULLEN MET KLEUR OF FOTOGRAFIE

HEADER 400PT
FONT ARVO BOLD

ONDERTITEL 200PT
INTERLINIE 300PT
FONT ARVO REGULAR

Vlaggen bij binnenkomst gemeente

BASISSTRAMIEN

De grijze varianten van de uitingen dienen als template en geven aan waar kleurvlekken, fotografie en fonts geplaatst dienen te worden.

FORMAAT VLAGGEN 1200X4000 MM

Merchandise

Binnen de huisstijl van Best is er veel ruimte voor toepassing op merchandise of specials. Te denken valt aan kleding, schrijfwaar, noteblocks etc. Hierna een globaal overzicht van de mogelijkheden.

CORPORATE POLO'S, TE GEBRUIKEN BIJ EVENEMENTEN BINNEN BEST

GEPERSONALISEERDE T-SHIRTS, NAAR EIGEN IDEE IN TE VULLEN. BEELDMERK STAAT CENTRAAL, KAN ALS PROMO VERKOCHT WORDEN BIJ DE VVV.

Contact
11

Best

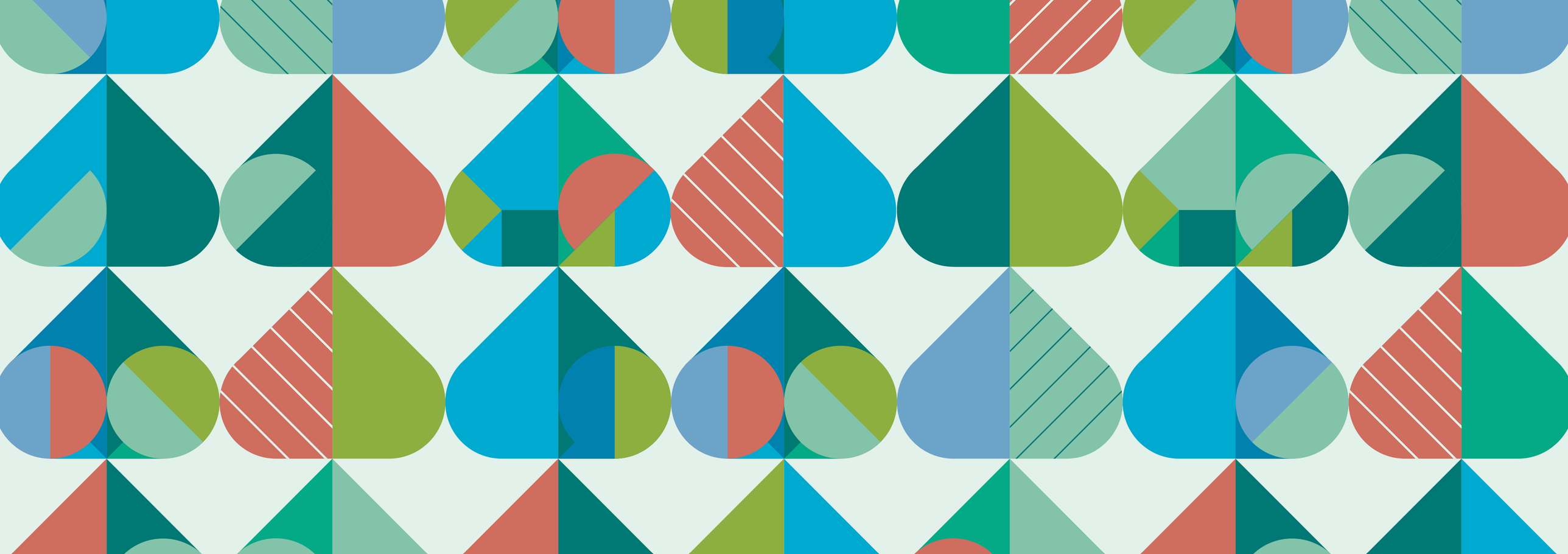
Contact over het handboek
www.beleefbest.nl
info@beleefbest.nl

Bij vragen?
Bel Robin Boom via:
+ 31 6 20 65 71 72

Dit huisstijlhandboek geeft richtlijnen die houvast geven bij het gebruik en constistent doorvoeren van de huisstijl van Best. Door het volgen van deze specifieke huisstijl richtlijnen bij interne en externe communicatie ontstaat er een herkenbare en eenduidige uitstraling.

Voor advies neem contact op met de merkmanagers.
Danielle Berends of Robin Boom.

Merk ontwikkeld door:
Wakkr merkburo
Klokgebouw 234
5617 AC Eindhoven
0407113353
info@wakkr.com
www.wakkr.com



Best

boeit & bloeit

www.beleefbest.nl