



Music is SO GOOD

Wie

Hans Waege, directeur van het Rotterdams Philharmonisch Orkest en Edwin Visser, directeur van designbureau SOGOOD.

Wat

Alle communicatie uitingen van het Rotterdams Philharmonisch, van poster tot brochure, van folder tot internetbanner, van advertentie tot uitnodiging, van vrachtwagen tot welkomloper.

Waarom

Het Rotterdams Philharmonisch heeft twee jaar geleden een nieuwe huisstijl laten ontwikkelen, maar de identiteit van het orkest kon nog meer tot uiting gebracht worden in de diverse vormen van communicatie. "We zijn in een andere tijd belandt en dat vraagt om aanpassing. We willen nieuwe en jonge doelgroepen bereiken, zonder ons te vervreemden van onze trouwe bezoekers. We willen duidelijk communiceren waar we voor staan en wat het publiek van ons kan verwachten. We

hebben een pitch uitgeschreven onder drie bureaus en SOGOOD kwam er voor ons met kop en schouders bovenuit. Inmiddels hebben we samen mooie en spraakmakende uitingen ontwikkeld", aldus Hans Waege.

Wanneer

De eerste uitingen zagen bij de start van het nieuwe seizoen in september 2012 het daglicht. Voor elk seizoen en bijzondere evenementen worden nieuwe uitingen gemaakt. Er wordt uitgegaan van een langdurige innige samenwerking.

Hoe

Edwin Visser: "Juist het Rotterdamse karakter, het energieke en innovatieve krijgt aandacht. Orkesten presenteren zich allemaal min of meer hetzelfde. Daarin hebben we verandering gebracht. Dus niet het voor de handliggende chique goud, klassiek bruin en zwart, maar juist het energieke geel en moderne wit van het logo hebben we als uitgangspunt genomen. Dat is onderscheidend en past perfect bij de organisatie. Onze commerciële kijk maakt het verschil in de culturele sector."

Resultaat

Spraakmakende uitingen die onderscheidend zijn binnen de sector. Intern heeft het bijgedragen aan een mentaliteitsverandering. Zelfs de bloemen die aan het eind van een concert worden gegeven zijn nu geel en de dirigent laat zich graag zien in geel T-shirt en op gele gymmen. Maar wat belangrijker is: Het Rotterdams Philharmonisch is extern zichtbaar en herkenbaar geworden als sterk merk, spreekt nu ook een jongere doelgroep aan en de losse kaartverkoop is navenant gestegen.

www.sogooddesign.nl
Making brands outperform

Neem contact op met Edwin Visser voor een goed gesprek:
edwin.visser@sogooddesign.nl,
023-5346500 of 06-57575507