

# Stageverslag



**Dirk van den Broek**  
**ROC van Flevoland**  
**Marit Depenbrock**  
**TMHMV03A**  
**Cohort: 2023**  
**2 februari - 23 april**



Leuk weetje: deze gang van 125 meter moest ik elke dag doorheen lopen om op mijn plek te komen

## Stageverslag Dirk van den Broek

23-04-2026

Marit Depenbrock  
2200341@talnet.nl  
2200341

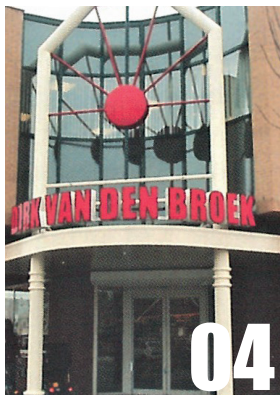
ROC van Flevoland  
Mediavormgever

Martijn Kranenburg  
m.kranenburg@rocvf.nl

Raymond Rijnsburger  
Studio Dirk  
R.rijnsburger@dirk.nl

Stageperiode  
2 februari - 23 april

# Inhoudsopgave



04



21



08



Bekijk meer 13



23



14



10



16

## Inleiding

4

## Sollicitatie

5

- Sollicitatiebrief
- Sollicitatiegesprek
- CV

5

5

6

## Bedrijfsinformatie

7

- Informatie
- Tijdslijn
- Organogram
- Plattegrond
- Werkwijze project
- Kwaliteitscontrole

7

8

11

12

13

15

## Leerdoelen

16

## Gemaakt werk

19

- D-logistiek banners
- Advertentie Pijnacker krant
- Qcars
- Entreeschermen "Dit is Dirk"
- Elke dag feest in Amsterdam-Noord
- HR Flyer
- Paasposter en kleurplaat

19

20

21

22

23

24

25

## Examenopdracht

26

## Conclusie

30

# Inleiding

Hoi, mijn naam is Marit, ik ben 20 jaar oud en ik kom uit Almere. Momenteel studeer ik voor Mediavormgever op het ROC in Almere-Poort. Ik zit in mijn 3e jaar en moet dit jaar mijn afstudeerstapeloop.

In dit stageverslag neem ik je mee in de wereld van Dirk van den Broek. Tijdens mijn stage in de studio heb ik kennisgemaakt met de visuele en grafische kant van de supermarktketen. Ik deed ervaring op met vormgeving, visuele communicatie en het vertalen van de merkidentiteit naar uiteenlopende uitingen. Dit verslag geeft niet alleen inzicht in mijn leerproces, maar laat ook zien hoe Dirk van den Broek grafisch en visueel inspeelt op de wensen en behoeften van de klant.

Naast school heb ik ook een bijbaan. Ik werk al 5 jaar bij Dirk van den Broek in Almere Buiten. Ik heb vorig jaar tijdens stage ontdekt wat absoluut niet bij mij past en wilde er nu op tijd bij zijn om iets te vinden wat ik echt leuk vind. Tijdens een winkelronde van mijn regiomanager bij Dirk kwam ik in gesprek met hem en zijn baas. Ik vertelde dat ik weer stage moest lopen en toen kwamen hun met het voorstel om het bij het hoofdkantoor van Dirk te doen. Hier hebben ze ook een grafische kant en dat doen ze allemaal zelf. Ik vond dat een leuk idee, in de supermarkt zie je natuurlijk wel de reclame uitingen alleen heb je geen idee hoe ze tot stand zijn gekomen. Het leek mij erg leuk om te zien hoe alles gemaakt werkt, dus ben ik met Raymond in contact gekomen voor een gesprek.

Aan het begin van mijn stage verwachtte ik vooral veel te leren over het werken in een professionele studio-omgeving. Ik hoopte mijn grafische vaardigheden verder te ontwikkelen en meer inzicht te krijgen in hoe visuele communicatie binnen een groot bedrijf wordt toegepast.

Daarnaast verwachtte ik ervaring op te doen met het ontwerpen van verschillende uitingen, zoals posters, folders, digitale content en andere visuele materialen. Ik wilde leren hoe ideeën worden vertaald naar concrete ontwerpen die aansluiten bij de huisstijl en merkidentiteit van het bedrijf. Ook verwachtte ik mijn technische kennis te verbeteren in de Adobe programma's.

Tot slot hoopte ik een goed beeld te krijgen van hoe het is om als grafisch vormgever in teamverband te werken

en om mee te draaien in het dagelijkse proces van de studio.

Tijdens mijn stage vervulde ik de rol van stagiair grafisch vormgever binnen de studio. In deze periode heb ik mij beziggehouden met verschillende creatieve en grafische werkzaamheden. Zo werkte ik aan het ontwerpen van advertenties voor zowel online als offline gebruik.

Daarnaast maakte ik diverse social media-uitingen, waarbij ik rekening hield met de huisstijl, doelgroep en visuele identiteit van het merk. Ook heb ik meegewerkt aan online content, zoals uitingen voor de socials, waarbij ik leerde hoe grafisch ontwerp wordt toegepast binnen digitale kanalen.



Dirk van den Broek, Almere Buiten, 2000

# Sollicitatie

Aan: rrijnsburger@dirk.nl

Van: Maritdepenbrock@gmail.com

Onderwerp: Stage Studio Dirk

Beste Raymond,

Mijn naam is Marit Depenbrock, ik ben 20 jaar oud en werkzaam als teamleider KW bij Dirk van den Broek in Almere-Buiten. Tijdens een winkelbezoek van Martin Schuurmans kwam ter sprake dat ik aankomend schooljaar een stage van vier maanden moet lopen voor mijn opleiding.

Momenteel volg ik de opleiding Mediavormgever in Almere-Poort en ik wil mij hier in de toekomst verder in ontwikkelen. Tijdens mijn werk in de supermarkt kom ik dagelijks verschillende reclame-uitingen tegen. Dit heeft mijn interesse gewekt in hoe deze uitingen worden ontworpen en geproduceerd. Ik ben erg benieuwd hoe jullie te werk gaan en zou hier graag meer over willen leren.

Daarnaast heb ik een portfoliowebsite waarop mijn gemaakte werk te zien is. Deze is te bekijken via: <https://marit.mijn-portfolio24.com>

Een stage bij jullie lijkt mij een waardevolle kans om praktijkervaring op te doen en mijn creatieve vaardigheden verder te ontwikkelen binnen een professionele omgeving.

Ik hoor graag of er mogelijkheden zijn om bij jullie stage te lopen. Alvast bedankt voor uw tijd en overweging.

Met vriendelijke groet,  
Marit Depenbrock

Na het versturen van mijn sollicitatiemail heb ik zowel mail- als telefonisch contact gehad met Raymond. Tijdens dit contact hebben we een datum afgesproken waarop ik langs zou komen voor een sollicitatiegesprek. Hiervoor ben ik naar Alphen aan den Rijn gereisd, waar ik een gesprek heb gehad met Raymond en Desiree.

Het gesprek verliep voor mij erg goed. Ik heb mijn portfolio website laten zien en

verschillende projecten toegelicht waar ik trots op ben. Hierin kon ik laten zien wat ik al heb geleerd tijdens mijn opleiding. Na het gesprek was het al snel duidelijk dat ik hier stage mocht gaan lopen.

Na afloop van het gesprek heb ik nog contact gehad met Raymond via e-mail over verschillende praktische zaken, zoals het stagecontract. De tijd vloog voorbij en voordat ik het wist, was het moment daar om te beginnen aan mijn stage.



# Mijn cv

## Marit Depenbrock

Student mediavormgever

06 53 98 84 41

Maritdepenbrock@gmail.com



### Over mij:

Ik ben Marit, een enthousiaste student mediavormgeving met een passie voor creativiteit en design. Of het nu gaat om grafische vormgeving, illustraties of het bedenken van toffe concepten. Ik doe het allemaal met plezier en oog voor detail! Naast mijn studie ben ik altijd in voor gezelligheid. Ik geniet van koken, bakken en het spelen van spelletjes met vrienden. Op een zonnige dag? Dan zit ik graag op het terras met een lekker drankje!

### School:

Mediavormgever  
ROC van Flevoland,  
Almere Poort  
aug 2023 - Heden

Havo  
Helenparkhurst,  
Almere Stad  
aug 2018 - mei 2023

### Werkervaringen:

Vulploegmedewerkster  
Dirk van den Broek,  
Almere Buiten  
jun 2020 - mrt 2023

Teamleider  
Dirk van den Broek,  
Almere Buiten  
mrt 2023 - heden

Marketingmedewerkster  
Play World Casino,  
Almere stad  
aug 2024 - heden

Stagiaire Grafisch vormgever  
Gewoonstijl,  
Almere Buiten  
sep 2024 - jan 2025

Stagiaire Grafisch vormgever  
Hoofdkantoor Dirk van den Broek,  
Alphen aan den Rijn  
feb 2026 - heden

### Technische vaardigheden:



### Certificaten:

Adobe Illustrator advanced 3 April 2025  
Bring your own laptop

Adobe Premiere pro essentials 23 Juni 2025  
Bring your own laptop



# Bedrijfsinformatie

## Beschrijving van het bedrijf

Dirk van den Broek is een Nederlandse supermarktketen die zich richt op het aanbieden van dagelijkse boodschappen tegen zo laag mogelijke prijzen. De supermarkt is ontstaan als familiebedrijf en heeft zich door de jaren heen ontwikkeld tot een grote en bekende keten met vestigingen verspreid over Nederland. Dirk staat bekend om zijn eenvoudige en efficiënte formule, waarbij de nadruk ligt op betaalbaarheid, overzichtelijkheid en toegankelijkheid voor een breed publiek. Het bedrijf hanteert een nuchtere aanpak en probeert onnodige kosten te vermijden, zodat producten tegen scherpe prijzen kunnen worden aangeboden.

## Diensten

De belangrijkste dienst van Dirk is het verkopen van dagelijkse boodschappen in fysieke supermarkten. De winkels zijn praktisch ingericht en gericht op snel en gemakkelijk winkelen. Klanten kunnen zelfstandig hun boodschappen doen zonder uitgebreide extra services, wat past bij het kostenbewuste karakter van de supermarkt. Daarnaast biedt Dirk wekelijks aanbiedingen en acties aan, waarmee klanten extra voordeel kunnen behalen. De focus ligt op efficiëntie, zodat klanten niet te veel tijd kwijt zijn aan het doen van boodschappen en altijd weten waar ze aan toe zijn qua prijs.

## Producten

Het assortiment van Dirk is breed en gericht op dagelijkse behoeften. De supermarkt verkoopt verse producten zoals groente, fruit, vlees, vis en zuivel, die bedoeld zijn voor dagelijks gebruik. Ook zijn er brood- en bakkerijproducten verkrijgbaar, evenals houdbare levensmiddelen,

diepvriesproducten en dranken. Naast voeding biedt Dirk ook non-food artikelen aan, zoals schoonmaakmiddelen en persoonlijke verzorgingsproducten. In het assortiment zijn zowel bekende A-merken als huismerken te vinden, waardoor klanten kunnen kiezen tussen vertrouwde merken en voordeligere alternatieven. Deze combinatie zorgt voor een goede prijs-kwaliteitverhouding.

## Doelgroep

De doelgroep van Dirk bestaat voornamelijk uit prijsbewuste consumenten. Dit zijn mensen die hun boodschappen zo voordelig mogelijk willen doen, zonder dat kwaliteit volledig ondergeschikt is. Hieronder vallen gezinnen, alleenstaanden, studenten en ouderen die letten op hun uitgaven. Dirk richt zich op klanten die praktische keuzes maken en minder waarde hechten aan luxe, uitgebreide service of een exclusieve winkelbeleving. Betaalbaarheid, duidelijkheid en betrouwbaarheid spelen een belangrijke rol voor deze doelgroep.

## Positionering

Dirk positioneert zich als een supermarkt waar lage prijzen centraal staan. De keten bevindt zich tussen discountsupermarkten en full-service supermarkten in. In vergelijking met discounters biedt Dirk vaak een breder assortiment, terwijl de prijzen lager liggen dan bij veel traditionele supermarkten. Door te besparen op winkelinrichting, marketing en extra diensten kan Dirk de prijzen laag houden. Deze positionering maakt Dirk aantrekkelijk voor klanten die bewust met hun budget omgaan, maar toch al hun dagelijkse boodschappen op één plek willen kunnen kopen.



# Tijdlijn



## 1942

eerste winkel  
Dirk van den broek  
geopend op het  
Mercatorplein.  
De Dirk van den broek  
is eerst een melk  
winkel.



## 1948

Dirk bouwt de winkel  
op het Mercatorplein  
om naar de eerste  
zelfbedienings-  
winkel van Amster-  
dam. In plaats van  
alleen maar melk  
verkoopen de heer en  
mevrouw Van den  
Broek breiden ze het  
assortiment uit met  
diverse levensmiddel-  
en en comestibles.



## 1953

Nieuw pand aan  
de Kinkerstraat,  
dat wordt een  
Supermarkt naar  
Amerikaans  
voorbeeld. Het  
assortiment wordt  
uitgebreid. Naast  
het pand zit een  
lunchroom, waar  
de klanten na het  
boodschappen een  
kopje koffie kunnen  
drinken. De eerste  
complete grote  
supermarkt van  
Nederland is een  
feit. En hij heet: DIRK  
VAN DEN BROEK  
SUPERMARKT NV

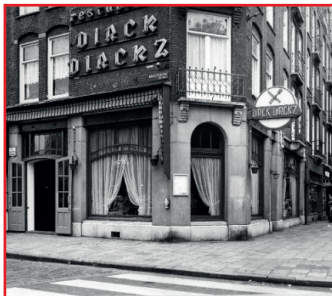


## 1957

Om de consument  
te laten profiteren  
van de laagste  
prijs moest Dirk  
rechtstreeks bij  
de fabrikant of  
via parallel import  
inkopen. Deze grote  
partijen moesten  
opgeslagen Vanaf  
1957 is een pand  
overgenomen en  
werd dit het eerste  
centraal-magazijn.

# 1958

Dirk is eigenaar geworden van het specialiteiten restaurant in Amsterdam West (Dirck Dirckz). De doelstelling is om het buiten de deur eten bereikbaar te maken voor de gewone man met de kleine beurs.



# 1961

Dirk huurde aan de Johan Huizingalaan (Slotervaart - Amsterdam) de grootste winkelruimte van Dirk voor die tijd.

# 1963

Naast de supermarkt in de Kinkerstraat de eerste drogisterij/parfumerie geopend. Dit was zo een groot succes dat al heel snel er een 2e drogisterij wordt geopend aan het Mercatorplein naar de supermarkt. De naam wordt veranderd in D-Dream Beauty Bar.

# 1965

Dirk introduceert goedkope busreizen naar Italië. In 1965 vertrok de eerste touringcar met klanten naar het Italiaanse Gardameer. Deze reis was zo goedkoop, journalisten reizen op eigen kosten van Amsterdam naar Riva del Garda. Alleen hun treinkaartje is al veel duurder dan het hele verblijf voor de Amsterdammers.



# 1967

De eerste Ster Reclame sport wordt op TV uitgezonden. Dirk ziet een kans om naamsbekendheid te creëren. Hij is een van de eerste, in ieder geval de eerste supermarkt organisatie, die de kansen voor zijn bedrijfstak zag zitten

# 1968

Dirk opent een enorme supermarkt aan Tussenmeer-Osdorp. Deze winkel is in die tijd als de grootste supermarkt van Nederland. Dirk richt er een speciale ruimte in voor een derde D-Dream Beauty Bar. Ook in dit jaar opent Dirk hun eerste zelfbediening slijterij. Er zijn diverse namen gebruikt tot april 1977, toen werd de naam DIRCK III voor alle dranken gebruikt.

# 1968

Dirk opent de grootste zelfbediening slijterij van Europa. Ook in de slijterijen brak natuurlijk ondermijnen een prijzen oorlog uit. Dirk verkocht de drank onder wettelijk vastgestelde bodemprijs. Na verschillende waarschuwingen waarop niet gereageerd werd kwam de A.I.D de dranken in beslag nemen. Gelukkig had Dirk, omdat hij wist dat ze zouden komen, de meeste drank verstoppt.



# 1971

Ook de drogisterijen ontkomen niet aan zelfbediening. D-Dream Beauty Bar wordt volledig omgebouwd naar Voordeel-Baraz.

# 1972

De oudste zoon van Dirk van den Broek, Jan van den Broek, begint een eigen supermarkten-organisatie onder de naam Digros (deze bestond al). De bedoeling was dat Digros als een soort groothandel gaat opereren, daartoe worden pasjes uitgegeven. Maar dit systeem gaat al heel snel overboord.



# 1973

Overname Bas van der Heijden supermarkten.



# 1974

Op de hoek van Tussenmeer in Amsterdam Osdorp, op de plaats van het Dirck III eethuisje, een proef gestart met een nieuwe formule. Happy (Happie) Dick Familie restaurant. Een Fastfood c.q. een koffiecorner.

Het winkelende publiek kan na het boodschappen doen, gezellig een kop koffie met gebak nuttigen, een snack eten, of een lichte lunch gebruiken.



# 1975

Digros start zelf met een nieuwe winkel. Dickdoener. Dickdoener verkoopt wit- en bruingood zoals koelkasten, stofzuigers, radio's en huishoudelijke apparaten.



# 1975

Halverwege de jaren 70, wordt er een proef genomen met de verkoop van planten en bloemen. Gestart wordt onder de naam Dixy. Maar weer even later wordt de naam veranderd naar Dirk Bloemenmarkt.



# 1975

Na Digros, wordt er nog een nieuwe supermarkt onderneming gestart. Dirkson.

# 1982

Er wordt voorzichtig gekeken naar het scannen van artikelen in de supermarkten. Zo krijgen steeds meer artikelen een streepjescode.

# 1990

D-Dream Beauty Bar wordt Dirx Drogist. In de loop van de jaren groeit het aankoop verkooppunten snel.

# 1990

Dirk van den Broek neemt zijn vijfde supermarkt teken Jan Bruins over. Dirk heeft er 9 supermarkten bij nu.

# 1991

10 jaar na de eerste publicatie gaat in alle vestigingen van Dirk, Bas, Digros, Jan en Dirkson 100% over op kassascanning van alle producten. Tijdens deze overgang zijn er extra aanbiedingen met superkortingen.

# 1991

Er wordt weer een supermarkt-organisatie aan de samenwerkende Dirk van den Broek bedrijven toegevoegd. Dino discount. Een echte buurtsuper met een compleet assortiment.



# 2000

De naam Dirkson wordt gewijzigd naar Dirk van den Broek. De filialen worden aangepast in de Dirk huisstijl en kleuren

# 2009

Dino wordt Digros

# 2010

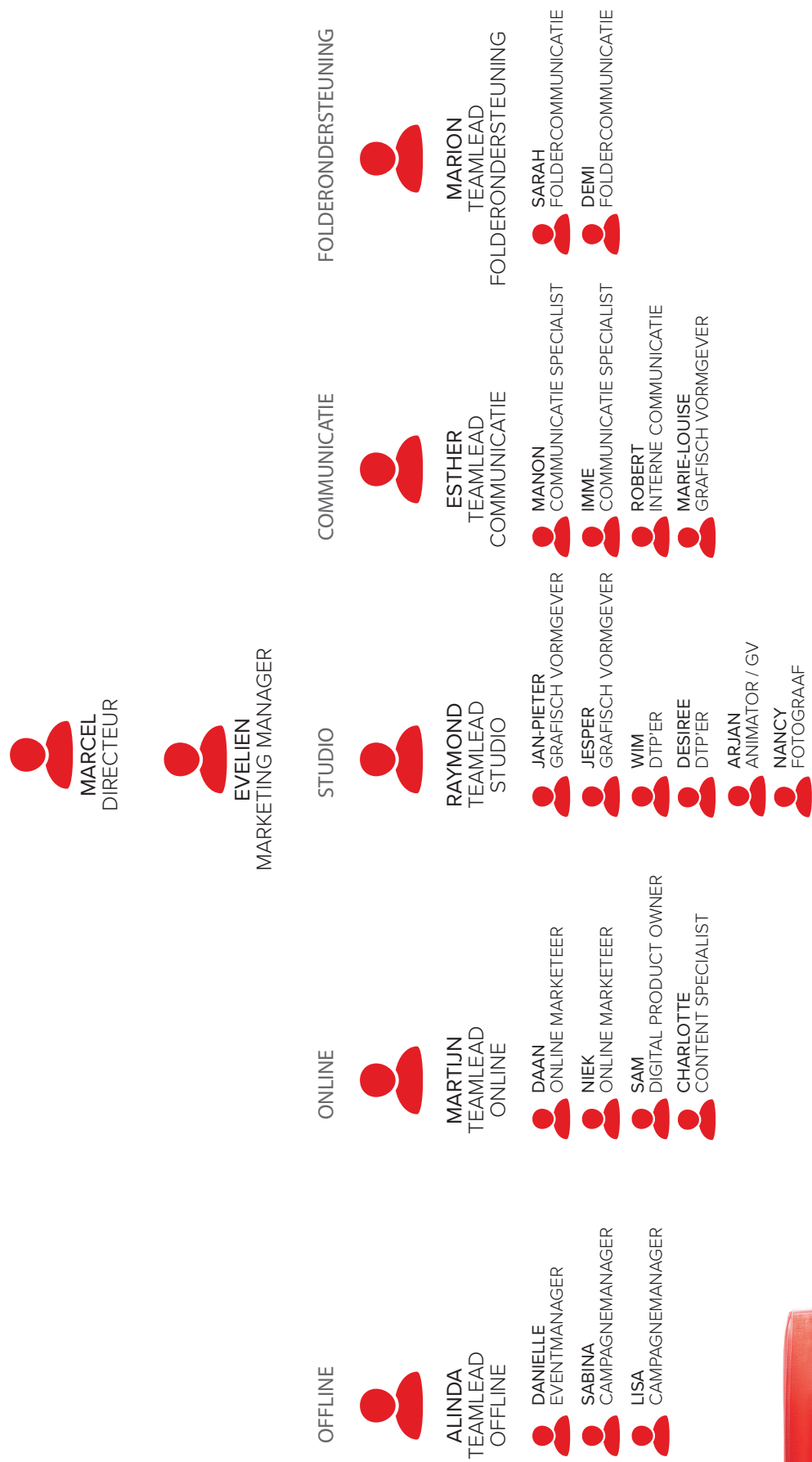
100ste Dirk filiaal geopend in Amsterdam Zuid



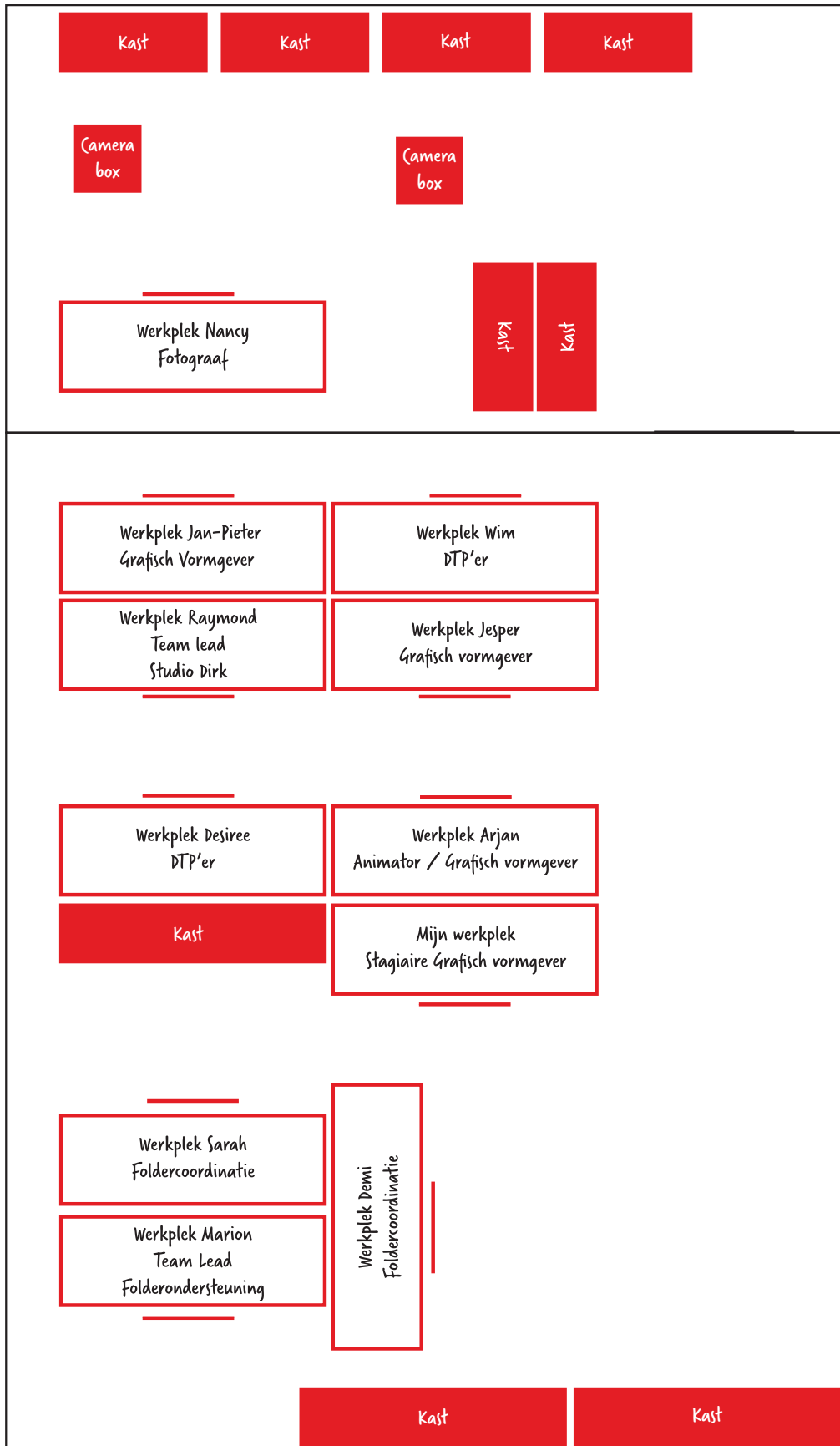
# 2014

In totaal breid Digros uit tot 19 vestigingen, totdat in 2014 de naam wordt aangepast naar Dirk van den Broek. Dit geldt ook voor de supermarkt Bas van der Heijden.

# Organogram



# Plattegrond



# Werkwijze project

Tijdens mijn stage werk ik mee aan verschillende projecten die binnenkomen bij de studio. Deze projecten worden meestal aangeleverd vanuit de marketingafdeling. De opdrachten kunnen erg uiteenlopen. Zo kan het gaan om het ontwerpen van een logo, het maken van advertenties, posters voor winkelopeningen, inhakers voor sociale media, of banners voor de website. Hierdoor is geen enkele opdracht hetzelfde en moet er per project goed gekeken worden naar de wensen en de benodigde uitwerking.

Wanneer een project binnenkomt, ontvangen wij eerst een briefing vanuit de marketingafdeling. In de praktijk merk ik dat deze briefing vaak nog niet volledig is. Regelmatig krijgen we bijvoorbeeld alleen een korte vraag zoals: "Kunnen jullie een poster maken voor de opening van Almere Haven?" In veel gevallen ontbreken dan belangrijke informatie zoals de aanleverspecificaties, de juiste formaten, of waar het ontwerp precies voor gebruikt gaat worden. Dit betekent dat we eerst extra informatie moeten opvragen voordat we kunnen beginnen.

Ik leer hierdoor dat het belangrijk is om kritisch naar een briefing te kijken en door te vragen totdat alles duidelijk is. Zodra alle benodigde informatie bekend is, begin ik met het maken van een eerste opzet. Wanneer ik een eerste versie heb gemaakt, overleg ik meestal met Jesper of Raymond. Dit moment gebruiken we om samen naar het ontwerp te kijken en te bespreken of het de goede kant op gaat. Door dit overleg kan ik de eerste versie vaak al verbeteren, zodat we een sterk ontwerp kunnen aanleveren waar later zo min mogelijk aan aangepast hoeft te worden.

Wanneer de eerste opzet klaar is en besproken is binnen de studio, sturen we het ontwerp naar de opdrachtgever. Dit is meestal iemand van de marketingafdeling, vaak Daniëlle of Lisa. Zij bekijken het ontwerp en geven feedback. In de meeste gevallen moeten er nog kleine aanpassingen worden gedaan. De feedback die we krijgen bespreek ik opnieuw met Jesper of Raymond, zodat we samen kunnen bepalen wat de beste oplossing is.

Het komt ook voor dat wij het niet helemaal eens zijn met de feedback die we krijgen. In dat geval kijken we als studio wat volgens ons de beste oplossing is, gebaseerd op vormgeving, leesbaarheid en de huisstijl. Soms kiezen we er bewust voor om een andere richting voor te stellen, omdat wij denken dat het ontwerp daardoor sterker en professioneler wordt.



Banner campagne Code Rood, 2026



# Werkwijze project

Wanneer we een opdracht krijgen van Danielle, sluit het ontwerp niet altijd aan bij de bestaande huisstijl van Dirk. Daardoor ziet elke opening er anders uit, terwijl het juist beter zou zijn als er één duidelijke stijl en structuur wordt aangehouden.

Binnen de studio proberen we daarom zoveel mogelijk te werken naar één herkenbare lijn, zodat alle uitingen bij elkaar passen. Dit zorgt voor meer rust en herkenbaarheid in de communicatie. Soms betekent dit dat we tegen ideeën of feedback ingaan, maar dit doen we altijd met als doel om het eindresultaat beter

en professioneler te maken.

Als alle feedback is verwerkt en het ontwerp is goedgekeurd, maken we het bestand klaar volgens de juiste aanleverspecificaties. Daarna wordt het eindproduct doorgestuurd naar de opdrachtgever of naar de partij die het verder gaat gebruiken, zoals de drukker of de webafdeling. Op dat moment is het project afgerond.



Vrachwagen voor het concertgebouw, 2024

# Kwaliteitscontrole

Binnen het werkproces speelt kwaliteitscontrole een belangrijke rol voordat een ontwerp daadwerkelijk wordt aangeleverd. Wanneer ik een ontwerp heb afgerond, stuur ik deze altijd eerst intern door naar Jesper of Raymond. Zij controleren het bestand op verschillende punten, zoals de opmaak, uitlijning en of het ontwerp aansluit bij de huidige huisstijl van Dirk. Deze controle is belangrijk om te waarborgen dat alle uitingen consistent en professioneel blijven.

Tijdens deze controle kijken zij ook kritisch naar details die ik mogelijk over het hoofd heb gezien. Denk hierbij aan typografie, kleurgebruik, marges en de algemene visuele balans van het ontwerp. Op basis van hun feedback pas ik het ontwerp waar nodig aan, totdat het voldoet aan de gestelde kwaliteitseisen.

Wanneer het bestand is goedgekeurd, kan het worden aangeleverd via de juiste systemen. Dit gebeurt meestal via BEK of via Ad Portal, afhankelijk van het type uiting en het doel van het bestand.

Als een bestand via BEK wordt aangeleverd, ontvangen we een melding als er iets niet correct is volgens de aanleverspecificaties. In de praktijk komt dit echter weinig voor, omdat deze specificaties vooraf duidelijk zijn en wij hier tijdens het ontwerpproces al rekening mee houden. Hierdoor verloopt de aanlevering via BEK meestal zonder problemen.

Bij gebruik van Ad Portal upload ik het bestand in een systeem dat automatisch controleert of het ontwerp voldoet aan de technische eisen. Dit systeem kijkt onder andere naar kleurinstellingen, gebruikte lettertypes, marges en andere belangrijke specificaties. Deze extra controle zorgt ervoor dat fouten tijdig worden gesignaleerd en voorkomt problemen in een later stadium, zoals bij publicatie of drukwerk.

Binnen de studio werken wij niet met externe klanten, maar met interne opdrachtgevers binnen het bedrijf. Dit zijn de campagnemanagers. Zij zitten vaak fysiek dicht bij de studio, meestal in een ruimte tegenover ons, waardoor er snel geschakeld kan worden. Daarnaast is het contact laagdrempelig via e-mail of Microsoft Teams.

De campagnemanagers zijn onze opdrachtgever en zijn verantwoordelijk voor het aanvragen van projecten. Zij bepalen onder andere of er campagnes of advertenties worden ingezet en wat daarvoor nodig is. Tijdens het proces geven zij feedback op de ontwerpen en uiteindelijk beslissen zij of een uiting akkoord is.

Door deze korte lijnen en directe communicatie verloopt de samenwerking efficiënt en kunnen aanpassingen snel worden doorgevoerd. Dit draagt bij aan een soepel werkproces en een eindresultaat dat aansluit bij de wensen van de organisatie.



# Leerdoelen

## Leerdoelen kwalificatie dossier

### Leerdoel 1 – Photoshop

**Specifiek:** Ik wil mijn Photoshopvaardigheden verbeteren door advertentiebeelden voor Dirk van den Broek te bewerken.

**Meetbaar:** Ik maak een aantal advertenties waarbij ik bewust werk met uitsnijden, kleurcorrectie, retoucheren en lagen, en verwerk feedback van mijn begeleider.

**Acceptabel:** Dit sluit aan bij mijn stagewerkzaamheden en mijn opleiding

**Realistisch:** Ik werk tijdens mijn stage regelmatig aan advertentiebeelden en krijg begeleiding.

**Tijdsgebonden:** Dit doel wil ik behalen vóór het einde van mijn stageperiode.

### Leerdoel 2 – Advertenties vormgeven

**Specifiek:** Ik wil beter worden in het ontwerpen van advertenties in de huisstijl van Dirk van den Broek.

**Meetbaar:** Ik maak een aantal advertenties waarbij ik bewust let op compositie, typografie, hiërarchie en uitlijning, en verbeter deze op basis van feedback.

**Acceptabel:** Dit past bij mijn werkzaamheden tijdens mijn stage.

**Realistisch:** Ik werk met bestaande formats en begeleiding van mijn stagebegeleider.

**Tijdsgebonden:** Dit doel wil ik behalen vóór het einde van mijn stageperiode.

### Leerdoel 3 – Boodschap vertalen

**Specifiek:** Ik wil leren om aanbiedingen en acties duidelijk te vertalen naar aantrekkelijke advertenties.

**Meetbaar:** Ik maak een aantal advertenties waarbij ik bewust nadenk over doelgroep, boodschap en visuele aandacht, en bespreek mijn keuzes met mijn begeleider.

**Acceptabel:** Dit sluit aan bij het maken van advertenties tijdens mijn stage.

**Realistisch:** Ik werk met echte acties van Dirk van den Broek en krijg feedback.

**Tijdsgebonden:** Dit doel wil ik behalen vóór het einde van mijn stageperiode

**Uiteindelijk willen we allemaal hetzelfde!**

Linksom of rechtsom: Er is maar één partij die écht aan uw portemonnee denkt. En dat is Dirk! Want de politiek van Dirk is duidelijk en simpel: Superscherp inkopen en dat voordeel weer aan u doorspelen. Bij Dirk regert de klant!

**Naar Dirk dus!** Dirk Bas Digos

Inhaker kabinet, 2023

# Leerdoelen

## Leerdoelen persoonlijk

### Persoonlijk leerdoel 1 – Communicatie

**Specifiek:** Ik wil mijn communicatie op de werkvloer verbeteren door actiever contact te hebben met collega's en mijn stagebegeleider over mijn werkzaamheden.

**Meetbaar:** Ik stel vragen wanneer iets niet duidelijk is, bespreek mijn voortgang en vraag actief om feedback, die ik vervolgens verwerk in mijn werk.

**Acceptabel:** Dit helpt mij om beter samen te werken en mijn werk te verbeteren tijdens mijn stage.

**Realistisch:** Tijdens mijn stage werk ik samen met collega's en heb ik regelmatig overlegmomenten.

**Tijdsgebonden:** Dit wil ik gedurende mijn stageperiode toepassen en verbeteren.

### Persoonlijk leerdoel 2 – Zelfstandigheid

**Specifiek:** Ik wil zelfstandiger werken door taken zelf op te pakken en minder afhankelijk te zijn van mijn begeleider.

**Meetbaar:** Ik begin zelfstandig aan opdrachten, zoek eerst zelf naar oplossingen en vraag pas daarna gerichte hulp wanneer nodig. Ik controleer mijn werk voordat ik het oplever.

**Acceptabel:** Dit draagt bij aan mijn ontwikkeling tijdens mijn stage.

**Realistisch:** Ik krijg tijdens mijn stage verschillende werkzaamheden die ik zelfstandig kan uitvoeren.

**Tijdsgebonden:** Dit doel wil ik gedurende mijn stageperiode ontwikkelen.



Inhaker weggaan Frank Lammers bij Jumbo, 2026



# Leerdoelen

## Reflectie en resultaat

### Photoshop

Tijdens mijn stage heb ik hieraan gewerkt door regelmatig advertentiebeelden te bewerken in Photoshop. Ik heb geoefend met uitsnijden, kleurcorrectie, retoucheren en het werken met lagen. Ook heb ik feedback gevraagd aan mijn begeleider en deze verwerkt in mijn werk. Het resultaat is dat ik duidelijke stappen heb gemaakt in Photoshop. Ik werk nu sneller en nauwkeuriger en wil mij hier verder in blijven ontwikkelen.

### Advertenties vormgeven

Tijdens mijn stage heb ik meerdere advertenties ontworpen in de huisstijl van Dirk van den Broek. Hierbij heb ik bewust gelet op compositie, typografie en hiërarchie. Ik heb mijn ontwerpen besproken met mijn begeleider en verbeterd op basis van feedback. Het resultaat is dat mijn advertenties duidelijker en overzichtelijker zijn geworden.

### Boodschap vertalen naar advertentie

Tijdens mijn stage heb ik gewerkt aan het vertalen van aanbiedingen naar duidelijke en aantrekkelijke advertenties. Ik heb hierbij bewust nagedacht over de doelgroep,

boodschap en visuele aandacht. Mijn keuzes heb ik besproken en waar nodig aangepast. Het resultaat is dat mijn advertenties beter aansluiten bij de boodschap en duidelijker zijn geworden.

### Communicatie/contact

Tijdens mijn stage heb ik eraan gewerkt door vaker vragen te stellen aan collega's wanneer iets niet duidelijk was. Ook heb ik mijn voortgang besproken en mijn werk tussendoor laten controleren. De feedback die ik kreeg heb ik verwerkt in mijn werkzaamheden. Het resultaat is dat de communicatie goed verliep en ik beter wist wat er van mij verwacht werd. Hierdoor kon ik mijn werkzaamheden goed uitvoeren.

### Zelfstandigheid

Tijdens mijn stage heb ik eraan gewerkt door taken zelfstandig op te pakken en eerst zelf naar oplossingen te zoeken. Ik controleerde mijn werk voordat ik het opleverde en vroeg alleen hulp wanneer dat nodig was. Hierdoor kon ik steeds zelfstandiger werken. Het resultaat is dat ik mijn werkzaamheden goed zelfstandig kon uitvoeren.



Tram consumentenbond 2022

# Gemaakt werk

## D-Logistiek

Een van mijn eerste stageopdrachten was het maken van banners voor D-Logistiek. Dit is het magazijn van Dirk, waar medewerkers de producten verzamelen op basis van wat de winkels bestellen.

Voor deze opdracht heb ik twee rolbanners ontworpen met de boodschap dat er nieuwe medewerkers worden gezocht. Op de banners stond de tekst “Wij zoeken mensen” en daarnaast heb ik een QR-code geplaatst, zodat geïnteresseerden deze eenvoudig konden scannen en direct bij de vacature terecht kwamen. Binnen deze opdracht was mijn rol het ontwerpen en opmaken van de banners, waarbij ik rekening heb gehouden met de huisstijl en de leesbaarheid op afstand. Ik heb gewerkt met Adobe InDesign om de banners professioneel vorm te geven en drukklare bestanden aan te leveren.

Tijdens deze opdracht heb ik geleerd hoe je een duidelijke en aantrekkelijke boodschap vertaalt naar een groot formaat, en hoe belangrijk het is om rekening te houden met hiërarchie, contrast en zichtbaarheid.



D-logistiek raambiljet



D-logistiek banner



# Gemaakt werk

## Advertentie Pijnacker krant

Een andere opdracht die ik kreeg, was het maken van een advertentie voor de krant van Pijnacker. De winkel in Pijnacker was namelijk verbouwd en met deze advertentie moesten meer mensen worden aangetrokken om een bezoek te brengen aan Dirk in Pijnacker.

In het ontwerp heb ik de nadruk gelegd op de vernieuwde winkel en de uitnodigende boodschap om langs te komen. Hierbij heb ik rekening gehouden met een duidelijke hiërarchie, zodat de belangrijkste informatie direct opvalt voor lezers van de krant. Binnen deze opdracht was mijn rol het ontwerpen en opmaken van de advertentie, waarbij ik ervoor zorgde dat de boodschap helder en aantrekkelijk werd gepresenteerd.

Ik heb hiervoor gewerkt met Adobe InDesign om een professioneel en drukklare advertentie te maken.

Tijdens deze opdracht heb ik geleerd hoe je effectief communiceert binnen de beperkte ruimte van een krantenadvertentie. Ook heb ik meer inzicht gekregen in het toepassen van hiërarchie, beeldgebruik en typografie om de aandacht van de lezer snel te trekken.

**Dirk Pijnacker is vernieuwd!**

**Nu meer dan honderden artikelen toegevoegd**

**Taksj**  
Alle varianten, Pak 1,5 liter.  
TAKSJ 56% KORTING  
TROPISCH FRUIT  
TROPISCH SAUZE  
**EXTREEM GOEDKOOP**  
van 1,69 - 1,95  
**85**

**Glorix of Ambi Pur to**  
Alle varianten, Per stuk 65 - 65 gram  
TOT 76% KORTING  
WC ACTIVE GEL-BLOCK  
CLEAN FRESH  
**2.99**

**Drest wasmiddel**  
Alle varianten, Flacon 2l wasbeurten, OP-OP  
72% VOORDEEL  
EXTREEM GOEDKOOP  
elders 10,99  
**2.99**

**Page toilet papier**  
Pak 9 of 12 rollen, OP-OP  
64% VOORDEEL  
Page  
KUSSENZACHT  
STUNTPRIJS  
elders 8,29  
**2.99**

**Voldoende parkeergelegenheid!**

**Ackershof 79, 2641 BL Pijnacker**

**Op Dirk kun je rekenen!**

**Dirk**

Mockup Advertentie krant Pijnacker

# Gemaakt werk

## Qcars

Voor de opening van het nieuwe filiaal in Amsterdam-Noord kreeg ik de opdracht om een bedrukking te ontwerpen voor een Q-car. Dit is een kleine auto waar één persoon in kan, die door Amsterdam rijdt om klanten te trekken en reclame te maken voor de nieuwe winkel.

Op de achterkant van de auto bevindt zich een scherm waarop verschillende advertenties en reclames worden getoond. Daarom was het belangrijk dat de bestickering van de auto niet te druk werd, maar wel duidelijk herkenbaar was als Dirk. In het ontwerp heb ik rekening gehouden met een rustige, herkenbare uitstraling die aansluit bij de huisstijl, zodat het scherm

goed zichtbaar blijft en de auto toch bij Dirk past.

Binnen deze opdracht was mijn rol het ontwerpen van de bestickering en het visueel vertalen van de huisstijl naar een rijdend object. Ik heb hiervoor gewerkt met Adobe Illustrator, zodat ik de ontwerpen schaalbaar en nauwkeurig kon opmaken voor productie.

Tijdens deze opdracht heb ik geleerd hoe je een ontwerp toepast en rekening houdt met zichtbaarheid vanuit verschillende hoeken. Daarnaast heb ik meer inzicht gekregen in het balanceren van opvallendheid en rust in een ontwerp, zodat de boodschap duidelijk overkomt.



Qcar stans met contouren



Qcar bij Buikslotermeerplein



# Gemaakt werk

## Entreeschermen Dat is Dirk

Voor het thema “Dat is Dirk”, dat in de winkels hing, kreeg ik de opdracht om uitingen te maken voor de entreeschermen in de winkel. Deze schermen staan bij binnenkomst en vormen het eerste contactmoment met de klant. Bij elk thema worden verschillende uitingen ontwikkeld die door de hele winkel terugkomen, zodat het thema duidelijk en consistent wordt gecommuniceerd. Door ook de entreeschermen in dezelfde stijl op te maken, sluit alles visueel op elkaar aan en wordt het thema extra versterkt in de winkel.

Binnen deze opdracht was mijn rol het ontwerpen en opmaken van de visuals

voor de entreeschermen, waarbij ik de bestaande huisstijl en het thema heb doorvertaald naar duidelijke en aantrekkelijke schermuitingen. Hiervoor heb ik gewerkt met Adobe InDesign om de ontwerpen gestructureerd en professioneel op te maken.

Tijdens deze opdracht heb ik geleerd hoe belangrijk consistentie is binnen een campagne en hoe je een visuele stijl doorvertaalt naar verschillende middelen. Daarnaast heb ik ervaring opgedaan met het ontwerpen voor schermen, waarbij je rekening houdt met leesbaarheid, contrast en de aandacht van de klant op het eerste moment van binnenkomst.



Entreeschermen "Dat is Dirk"

# Gemaakt werk

## Elke dag Feest in Amsterdam-Noord

Voor de opening van het filiaal op het Buikslotermeerplein is ervoor gekozen om gedurende meerdere weken te adverteren in de krant voor de filialen in Amsterdam-Noord.

In deze advertenties worden ook filiaalspecifieke acties meegenomen om klanten extra te stimuleren om langs te komen. Voor deze campagne kreeg ik de opdracht om een advertentie te ontwerpen.

Ik heb deze advertentie opgezet in Adobe InDesign, waarbij ik een duidelijke en herbruikbare opmaak heb gemaakt. Dit opzetje wordt inmiddels al vier weken gebruikt, waarbij alleen de acties per week worden aangepast. Op deze manier blijft de uitstraling

consistent, terwijl de inhoud steeds actueel is.

Binnen deze opdracht was mijn rol het ontwerpen en opmaken van de advertentie, met aandacht voor een sterke hiërarchie en een overzichtelijke indeling. Tijdens dit proces heb ik geleerd hoe je een flexibel ontwerp maakt dat eenvoudig wekelijks aangepast kan worden, zonder dat het ten koste gaat van de herkenbaarheid en kwaliteit.



Dirk Meeuwenlaan 76, Amsterdam en Dirk Buikslotermeerplein, Winkelcentrum Boven 1 Y



Dirk Meeuwenlaan 76, Amsterdam en Dirk Buikslotermeerplein, Winkelcentrum Boven 1 Y



Dirk Meeuwenlaan 76, Amsterdam en Dirk Buikslotermeerplein, Winkelcentrum Boven 1 Y

Advertenties krant Amsterdam Noord



Dirk Meeuwenlaan 76, Amsterdam en Dirk Buikslotermeerplein, Winkelcentrum Boven 1 Y



Dirk Meeuwenlaan 76, Amsterdam en Dirk Buikslotermeerplein, Winkelcentrum Boven 1 Y



# Gemaakt werk

## HR Flyer

Van HR kreeg ik de opdracht om een flyer te ontwerpen die intern werd verspreid binnen alle filialen. Deze flyer ging over de opleidingen die Dirk aanbiedt aan medewerkers, met als doel om hen te informeren en te stimuleren om zich verder te ontwikkelen. Ook heb ik een sleutelhangerkaartje gemaakt.

Ik heb de flyer en sleutelhangerkaartje ontworpen in Adobe InDesign, waarbij ik heb gezorgd voor een duidelijke en overzichtelijke opmaak. De informatie moest snel scanbaar zijn, zodat medewerkers in één oogopslag kunnen zien welke opleidingsmogelijkheden er zijn en hoe zij zich kunnen aanmelden.

Binnen deze opdracht was mijn rol het vertalen van de informatie naar een visueel aantrekkelijke en begrijpelijke flyer die past binnen de huisstijl van Dirk. Tijdens het maken van deze flyer heb ik geleerd hoe je interne communicatie effectief vormgeeft en hoe belangrijk het is om informatie helder en toegankelijk te presenteren voor een brede doelgroep.

**De Superopleider**

Ontdek jouw toekomst met de Superopleider! Of je nu kiest voor een MBO- of HBO-opleiding, of direct praktijkervaring wilt opdoen via een traineeship, wij bieden de route die bij jou past. Met persoonlijke begeleiding en sterke connecties in het werkveld helpen wij jou groeien richting succes. Ontwikkel je talent, bouw aan je carrière en haal het beste uit jezelf. Zet vandaag nog jouw volgende stap met de Superopleider!

**Opleidingen MBO & HBO**  
Ambitie: Teamleider of Afdelingsmanager Start augustus  
Volg een MBO BBL, Retailspecialist (niveau 3) of Retailmanager (niveau 4) op kosten van Dirk op een school bij jou in de buurt. Deze opleidingen bereiden je voor op een carrière in de Retail. Je gaat een dag per week onder werkdag naar school en werkt daarnaast 3 tot 4 dagen. De opleiding duurt gemiddeld 2 tot 3 jaar en wordt volledig vergoed. Bekijk de website voor de toelatingseisen of [www.werkenbijdirk.nl](http://www.werkenbijdirk.nl).  
Ben je geïnteresseerd? Ga dan in gesprek met je leidinggevende!

**HBO opleiding AD Ondernemerschap en Retail (ORM)**  
Ambitie: Supermarktmanager Start augustus  
Volg de HBO-opleiding Associate degree (Ad) Ondernemerschap & Retail en dank in de wereld van ondernemen: consumentengericht, marketing, innoveren, personeelsmanagement en creëren denken in secties. 2 jaar ontdek je jezelf tot specialist op deze gebieden. Je gaat een dag per week onder werkdag naar school en werkt daarnaast 4 dagen in de winkel. Bekijk de website van school voor de toelatingseisen of [www.werkenbijdirk.nl](http://www.werkenbijdirk.nl).  
Ben je geïnteresseerd? Ga dan in gesprek met je leidinggevende of solliciteer via de website [www.werkenbijdirk.nl](http://www.werkenbijdirk.nl).

Dirk van den Broek, Pleinweg 3 - 2408 AV Alphen aan den Rijn

**Traineeship Afdelingsmanager**  
Ambitie: Afdelingsmanager Start februari en september  
Dit interne opleidingsprogramma start in de rol van Teamleider, waarna je doorgroeit naar Afdelingsmanager. Het doel is dat je in maximaal 2 jaar zelfstandig de functie van Afdelingsmanager vervult. De basis van het programma is jouw persoonlijke ontwikkeling, waarmee je gericht werkt aan jouw groei en leiderschapsvaardigheden. Bekijk de website voor de toelatingseisen [www.werkenbijdirk.nl](http://www.werkenbijdirk.nl).  
Ben je geïnteresseerd? Ga dan in gesprek met je leidinggevende of solliciteer via de website [www.werkenbijdirk.nl](http://www.werkenbijdirk.nl).

**Traineeship Supermarktmanager**  
Ambitie: Supermarktmanager Start september  
Dit interne opleidingsprogramma start in de rol van Afdelingsmanager en groeit je door naar de rol van Supermarktmanager. Het doel is dat je in maximaal twee jaar zelfstandig deze functie vervult. Je ontwikkeling staat centraal en wordt vormgegeven aan de hand van jouw persoonlijke ontwikkelplan. Onderdeel van het programma zijn vaardigheidstrainingen, intervisiebijeenkomsten en workshops die jou voorbereiden op het manageren van een complete supermarkt. Bekijk de website voor de toelatingseisen [www.werkenbijdirk.nl](http://www.werkenbijdirk.nl).  
Ben je geïnteresseerd? Ga dan in gesprek met je leidinggevende of solliciteer via de website [www.werkenbijdirk.nl](http://www.werkenbijdirk.nl).

**1** Stage bij Dirk  
Je aan de slag op een van onze filialen.

**2** HBO 2,14 HBO opleiding Ondernemerschap & Retail  
Dit is de opleiding voor de HBO-opleiding Ondernemerschap & Retail.

**3** Traineeship Afdelingsmanager  
Dit is de opleiding voor de interne opleidingsprogramma's Afdelingsmanager en Supermarktmanager.

**4** HBO Ondernemerschap & Retail Management  
Dit is de opleiding voor de HBO-opleiding Ondernemerschap & Retail Management.

**5** Traineeship Supermarktmanager  
Dit is de opleiding voor de interne opleidingsprogramma's Afdelingsmanager en Supermarktmanager.

Dirk van den Broek, Pleinweg 3 - 2408 AV Alphen aan den Rijn

HR Flyer De superopleider

**De Superopleider, de sleutel tot succes**

[www.werkenbijdirk.nl](http://www.werkenbijdirk.nl)

Dirk

HR sleutelkaart De Superopleider Versie 1

**De Superopleider, de sleutel tot succes**

[www.werkenbijdirk.nl](http://www.werkenbijdirk.nl)

Dirk

HR sleutelkaart De Superopleider Versie 2

# Gemaakt werk

## Paasposter en kleurplaat

Voor de filialen in Nieuw-Vennep en Hoofddorp kreeg ik de opdracht om een advertentie te ontwikkelen, omdat de omzet in deze winkels achterbleef. Om extra aandacht te genereren en meer klanten naar de winkels te trekken, werd er een actie opgezet waarbij werd geadverteerd met een paasactie en de inzet van een paashaas.

In eerste instantie was het idee om het kinderfiguur Bing te gebruiken als onderdeel van de campagne, maar dit bleek niet mogelijk vanwege rechten. Daarom is er gekozen voor een alternatief concept met de paashaas.

Voor deze advertentie heb ik gewerkt met zowel Adobe InDesign als Adobe Illustrator. InDesign heb ik gebruikt voor de opmaak en het samenbrengen van alle elementen, terwijl ik Illustrator heb ingezet voor het maken en bewerken van grafische onderdelen.

Binnen deze opdracht was mijn rol het ontwerpen van de advertentie en het visueel uitwerken van het concept. Tijdens dit proces heb ik geleerd om flexibel om te gaan met veranderingen in een opdracht en hoe je snel kunt schakelen naar een passend alternatief, zonder het doel van de campagne uit het oog te verliezen.

**Feest bij Dirk**  
De paashaas komt langs! Jij ook?

**Nieuw-Vennep**  
De Symfonie 17-19  
Datum: zaterdag 4 april  
Tijd: 11:00 - 12:00 uur

**Hoofddorp**  
Burgemeester van Stampijn 48-50  
Datum: zaterdag 4 april  
Tijd: 13:30 - 15:00 uur

**Assortiment met honderden artikelen uitgebreid!**

**Van Dobben croquetten of hitterballen**  
Acties geldig vanaf woensdag 1 t/m dinsdag 7 april.

**Lenor wasmiddel, wasverzachter of geurparels**  
Acties geldig t/m zaterdag 20.42 of pak 15 wasballen of pak 150 gram. CHOP

**1.99** **2.99**

**Volop parkeergelegenheid!**

**Op Dirk kun je rekenen!**

Advertentie Nieuw-Vennep en Hoofddorp

**Maak van deze kleurplaat een kunstwerk!**

Maak van deze kleurplaat een kunstwerkje en lever hem t/m 19 april in bij deze Dirk supermarkt. De prijswinnaars krijgen automatisch bericht.

Naam: \_\_\_\_\_  
E-mail: \_\_\_\_\_  
Leeftijd: \_\_\_\_\_  
Telefoonnummer: \_\_\_\_\_

Kleurplaat paashaas



# Examenopdracht

Voor deze opdracht heb ik gewerkt aan een Campina ontbijtspreed voor de folder van Dirk van den Broek. Het doel van deze opdracht was om een commerciële spread te ontwerpen waarin verschillende Campina-producten op een aantrekkelijke manier worden gepresenteerd.

De spread moest consumenten inspireren rondom het ontbijtmoment en tegelijkertijd de verkoop van de producten stimuleren.

De opdrachtgever wilde een themapagina ontwikkelen met als uitgangspunt een goede start van de dag. In deze spread moesten meerdere producten worden gecombineerd, zoals drinkyoghurt, yoghurt, kaas en boter.

Het was belangrijk dat de producten niet alleen los werden geplaatst, maar dat er een duidelijke samenhang ontstond die past bij een ontbijt.

Daarnaast moest de vormgeving aansluiten bij de huisstijl van Dirk, zodat de spread goed in de folder past. Tegelijkertijd moest de frisse en gezonde uitstraling van Campina behouden blijven. De spread moest daarom overzichtelijk, commercieel en aantrekkelijk worden vormgegeven.

Binnen deze opdracht heb ik eerst onderzoek gedaan naar de doelgroep, de markt en trends binnen supermarktcommunicatie. Vervolgens heb ik verschillende ideeën geschetst en prototypes gemaakt.



Folder week 11, Campina spread

# Examenopdracht

Nadat de achtergrond van de folder was goedgekeurd, heb ik deze doorvertaald naar verschillende crossmediale uitingen. Voor de winkel worden daarnaast A3- en A1-kaarten en barkers ontwikkeld om de acties extra zichtbaar te maken.

Deze uitingen worden elke woensdag opgehangen wanneer de nieuwe acties ingaan

De A3-kaarten ondersteunen de acties bij de actiebakken. De barkers, die het formaat hebben van een derde A4, worden direct bij het schap geplaatst zodat de actie meteen opvalt bij het product.

Door deze combinatie ontstaat er een duidelijke en consistente communicatie op verschillende plekken in de winkel.

**Campina Botergoud**  
Gezouten of ongezouten.  
Wikkel 200 of 250 gram of kuip 225 gram.

**STUNTPRIJS**  
van 3.45 - 3.85

**2.49**



**Vifit Goedemorgen of drink**  
Alle varianten.  
Fles 400 ml of pak 500 ml.

van 1.45 - 1.59

**2.49**



**Milner kaasplakken**  
Alle varianten. Pak 6 plakken

van 2.79 - 3.79

**1.99**



**Campina high protein greek style yoghurt**  
Bak 450 gram.

54% KORTING

van 1.45 - 1.59

**2.49**



**Optimel drinkyoghurt**  
Alle varianten.  
Pak 1 liter.

**STUNTPRIJS**  
van 1.99 - 2.49

**99**



Schapbarkers Campina

**Een lekker én voordelig begin van jouw dag!**

**Optimel drinkyoghurt**  
Alle varianten. Pak 1 liter.

TOT 60% KORTING

**STUNTPRIJS**  
van 1.99 - 2.49

**99**



**Een lekker én voordelig begin van jouw dag!**

**Campina Botergoud**  
Gezouten of ongezouten.  
Wikkel 200 of 250 gram of kuip 225 gram.

**STUNTPRIJS**  
van 3.45 - 3.85

**99**



**Een lekker én voordelig begin van jouw dag!**

**Campina high protein greek style yoghurt**  
Bak 450 gram.

54% KORTING

van 2.79

**99**



**Een lekker én voordelig begin van jouw dag!**

**Milner kaasplakken**  
Alle varianten. Pak 6 plakken

van 2.79 - 3.79

**99**



**Een lekker én voordelig begin van jouw dag!**

**Vifit Goedemorgen of drink**  
Alle varianten. Pak 400 ml of pak 500 ml.

van 1.49 - 1.59

**99**



a3 kaarten Campina



# Examenopdracht

De A1-kaarten (raambiljetten) worden gebruikt voor grotere zichtlocaties in en buiten de winkel, zodat klanten al van een afstand de acties kunnen zien. Deze kaarten zitten in een frame wat ik ook ter illustratie heb gebruikt op de afbeeldingen hieronder.

**Een lekker én voordelig begin van jouw dag!**

**Campina Botergoud**  
Gezouten of ongezouten.  
Wikkels 200 of 250 gram of kuip 225 gram.

**Campina high protein**  
Griek style yoghurt  
Nieuw!

**Optimel**

**STUNTPRIS**  
van 2,49

**99**

**Optimel drinkyoghurt**  
Alle varianten. Pak 1 liter.

**Vifit Goedemorgen of drink**  
Alle varianten. Pak 400 ml of pak 500 ml.

**Milner kaasplakken**  
Alle varianten. Pak 6 plakken.

**STUNTPRIS**  
van 1,99 - 1,99

**99**

**99**

**1,99**

**Een lekker én voordelig begin van jouw dag!**

**Optimel drinkyoghurt**  
Alle varianten. Pak 1 liter.

**TOT 60% KORTING**

**Optimel**

**PROTEÏNE**  
DRINKYOGHURT  
AARDEI BANANA

**VEZELS**  
DRINKYOGHURT  
FRANSEBOE BOSBES

**DRINKYOGHURT**  
JANHO PASTIEVECHT

**Nieuw**  
bij Dijk

**STUNTPRIS**  
van 1,99 - 2,49

**99**

**Een lekker én voordelig begin van jouw dag!**

**Vifit Goedemorgen of drink**  
Alle varianten. Pak 400 ml of pak 500 ml.

**Vifit**

**Goede morgen!**

**AARDEI**  
DRINKYOGHURT

**STUNTPRIS**  
van 1,49 - 1,59

**99**

**Een lekker én voordelig begin van jouw dag!**

**Milner kaasplakken**  
Alle varianten. Pak 6 plakken.

**OUDE**  
30+

**BELEGEN**  
30+

**JONGE BELEGEN**  
30+

**MILNER**

**STUNTPRIS**  
van 2,79 - 3,79

**1,99**

**6 PLAKKEN**

**Een lekker én voordelig begin van jouw dag!**

**Campina high protein**  
Griek style yoghurt  
Bak: 450 gram.

**54% KORTING**

**Campina**

**HIGH PROTEÏNE**  
GRIEK

**STUNTPRIS**  
van 2,19

**99**

**Een lekker én voordelig begin van jouw dag!**

**Campina Botergoud**  
Gezouten of ongezouten.  
Wikkels 200 of 250 gram of kuip 225 gram.

**Campina**

**Botergoud**  
gezouten roomboter

**Botergoud**  
ongezouten roomboter

**STUNTPRIS**  
van 3,45 - 3,85

**2,49**

Raambiljet kaarten Campina

# Examenopdracht

Naast de printuitingen worden er ook webbanners ontwikkeld voor online gebruik. Voor Facebook wordt een carousel gemaakt: dit is een reeks afbeeldingen waarin gebruikers kunnen swipen tussen meerdere acties binnen één bericht. Op deze manier kunnen verschillende aanbiedingen

overzichtelijk en visueel aantrekkelijk worden gepresenteerd. Daarnaast wordt er een webbanner ontworpen voor op de website. Deze banner sluit visueel aan op de andere uitingen en wordt geplaatst op opvallende posities, zodat bezoekers direct op de hoogte zijn van de actuele acties.



Folder week 11, Campina carousel



Campina Banner website



# Conclusie

Tijdens mijn stage heb ik mezelf beter leren kennen als vormgever. Ik kwam erachter dat mijn manier van werken sterk afhankelijk is van hoe goed ik de tools beheers. Vooral bij programma's zoals designsoftware merkte ik dat ik veel sneller en efficiënter kan werken wanneer ik de sneltoetsen goed onder controle heb. In het begin werkte ik nog vrij langzaam, maar naarmate ik mezelf hierin ging verdiepen en bewust ging oefenen, merkte ik echt verschil. Mijn werk ging sneller af en ik had meer tijd om na te denken over het ontwerp zelf in plaats van alleen de uitvoering. Dat gaf me ook meer zelfvertrouwen.

Daarnaast heb ik geleerd hoe het is om te ontwerpen binnen een vaste huisstijl. Dit vond ik interessant, omdat je creativiteit op een andere manier wordt uitgedaagd. Je moet rekening houden met regels, herkenbaarheid en commerciële doelen. Ik merkte dat ik daar best goed in ben, mede doordat ik al wat ervaring had omdat ik alles al 4 jaar lang heb zien hangen in de supermarkt. Daardoor kon ik vrij snel meedraaien in het team en zelfstandig taken oppakken. Dat gaf me een fijn gevoel, omdat ik merkte dat ik echt iets kon bijdragen.

Wat goed ging tijdens mijn stage, is dat ik me snel heb aangepast aan het werken binnen een bedrijf. Ik wist al een beetje wat er van me verwacht werd en kon daardoor vrij zelfstandig werken. Ook durfde ik vragen te stellen wanneer ik ergens niet uitkwam, wat me heeft geholpen om sneller te leren.

Als ik terugkijk, is er ook iets wat ik anders zou doen. Ik zou mezelf meer willen uitdagen om buiten mijn comfortzone te werken. Tijdens mijn stage hield ik me vaak vast aan de bestaande huisstijl, omdat ik dacht: "Dit wordt toch afgekeurd." Daardoor heb ik soms kansen laten liggen om iets nieuws te proberen of om echt te laten zien wat ik allemaal kan. Achteraf denk

ik dat het juist goed was geweest om die ontwerpen wél te maken. Niet perse omdat ze gebruikt zouden worden, maar omdat je daarmee je creativiteit ontwikkelt en laat zien waar je toe in staat bent. Dat is iets wat ik in de toekomst zeker anders ga aanpakken.

Wat mij ook is bijgebleven, is de werksfeer binnen het team. Het is een gezellige groep vormgevers waar je jezelf kunt zijn. Er is altijd ruimte voor een praatje, maar er wordt ook hard gewerkt. Wat ik vooral waardeer, is dat iedereen bereid is om je te helpen als je ergens tegenaan loopt.

Ook geven ze eerlijke feedback, en daar moest ik in het begin even aan wennen. Soms kan dat best direct zijn, maar ik heb geleerd dat het juist heel waardevol is. Je wordt er beter van en het helpt je om kritisch naar je eigen werk te kijken.

Mijn advies aan een volgende stagiair zou dan ook zijn: wees jezelf en stel je open. Durf vragen te stellen en wees niet bang om feedback te krijgen. Zie feedback niet als kritiek, maar als een kans om te groeien. En misschien nog wel het belangrijkste: daag jezelf uit. Blijf niet alleen doen wat veilig voelt, maar probeer ook dingen die buiten je comfortzone liggen. Juist daar leer je het meest van en ontwikkel je jezelf als vormgever

**Happen naar Dirk.**

PEIJENBURG XL ontbijtkoek 625 GRAM

Natural, volkoren of minder suiker. Per stuk elders 1.49

**1.19**

Met alles de goedkoopste! Dirk Bas Digres

Aanbieding geldig t/m zaterdag 18 september 2010.

Inhaker, 2025

**Met de koopkracht  
komt het sowieso  
wel goed**



**Op Dirk kun je rekenen!**



**Op Dirk kun je rekenen!**