het boek dat iedereen maakt, opent met een logo in het midden. weggelegd.



expect
otherwise

elke keuze die we maakten, naast de keuze die we niet maakten.

gekozen · lees vanaf deze kant. draai het boek om voor wat is weggelegd.

verwacht

een voorwoord van de studio over haar passie voor design,
haar waarden en haar team.

waarom dit boek bestaat

Dit is het boek dat elke klant van mij aan het eind krijgt. Dit is mijn eigen boek: ik was zowel de studio als de klant.

Het laat elke keuze zien die we maakten, en daarnaast de keuze die we weglegden. De meeste studio's laten het resultaat zien. Dit boek laat de weg zien, ook de afslagen die we niet namen, zodat wie het leest kan uitleggen waarom het merk is zoals het is, en wat nooit mag veranderen.

Twee dingen staan erin die zulke boeken meestal weglaten: de woorden van de klant, zoals ze gezegd zijn, en wat AI deed, naast wat ik deed en wat de klant koos.

Lees van voren wat gekozen is. Draai het boek om voor wat niet gekozen is.



justin van vaerenbergh · expect otherwise · rotterdam, oktober 2026

verwacht

een inhoudsopgave: 01 onderzoek, 02 strategie, 03 ontwerp, 04 implementatie.

hoe je dit boek leest

elke dubbele pagina is één keuze. de lijn staat op een derde, zoals op alles wat de studio maakt.



verwacht
weggelegd

gekozen
en waarom

1 lees de vraag bovenaan.

2 kijk links: wat iedereen in de markt zou hebben gemaakt. plat en grijs, want het is weggelegd.

3 kijk rechts: wat gekozen is, en de ene reden waarom.

4 lees de woorden van de klant, zoals ze gezegd zijn.

5 onderaan: wie wat deed. ai, ik, en jij.

w·12 betekent pagina 12 van het andere boek: draai dit boek om en lees van achteren.

verwacht

een tijdlijn van stippen op een lijn, vier fasen, op gelijke afstand.

dertien vragen

in de volgorde waarin ze gesteld zijn. elk hoofdstuk beantwoordt er één.

01	wat heeft de studio nodig om als merk te bestaan?
02	waar staat de studio voor, en waarom zou een ondernemer voor haar kiezen?
03	hoe gaat de studio heten?
04	hoe klinkt ze?
05	houdt de stem stand in een tekst die naar buiten gaat?
06	waaraan herken je haar zonder de naam?
07	welk teken staat voor ons?
08	hoe houden we dit zo?
09	wat is de ene zin?
10	hoe gedraagt het merk zich op een scherm?
11	wat moet er wettelijk op de site staan, en hoe is ze beveiligd?
12	is het klaar om live te gaan?
13	werkte het? (volgt na de livegang)

01

hoofdstuk

het begin

wat heeft de studio nodig om als merk te bestaan?

3 mogelijkheden · 1 gekozen, met één toevoeging

het middelste pakket: een website met een gemiddeld niveau van beweging. de veilige marge.

wat heeft de studio nodig?

links: wat ik eerst voorstelde, zonder het te vragen. jij vroeg waarom een studio met een gemiddelde site zou beginnen.

het advies, plus één

Eén ding: het voorstel is het eerste wat een klant in handen krijgt, en de studio wil zichtbaar zijn waar klanten kijken.

Positionering, naam, stem, merkrichting, teken, richtlijnen, visitekaartje, e-mailhandtekening, offerte en factuur, social, en de website. Het presentatiesjabloon voegde je zelf toe.

Wat de studio hier leerde: het midden is geen neutrale keuze. Het is een veiligheidsmarge. Sindsdien volgt het niveau van een website uit de richting, niet uit een pakket.

ai	ik	jij
werkte drie mogelijkheden uit de intake uit	legde ze voor, en nam het midden aan	koos het advies, voegde het sjabloon toe, en zette het midden ter discussie

02

hoofdstuk

de positie

waar staat de studio voor, en waarom zou een ondernemer voor haar kiezen?

51 aanbieders bekeken · 3 routes · 1 gekozen, en omgevormd

verwacht

“een creatief bureau dat merken bouwt die werken. meer dan een logo: van strategie tot website, onder één dak.”

waar staat de studio voor?

links: wat bijna elke bekeken studio zegt.

bekeken

51

aanbieders, waarvan 31 studio's en webdesigners in vijf steden

eerst het voor de hand liggende. dan weg ermee.

Eén ding: een nieuwe studio kan nog geen resultaten laten zien. Hier wordt dat bezwaar het argument: je hoeft het niet te geloven, je kunt het zien.

Je koos route B, “de studio die laat zien wat ze weglegde”, maar niet in de vorm waarin hij werd voorgelegd. Drie vragen van jou veranderden hem; ze staan op de volgende pagina.

> "Is B niet meer in de lijn van: wij onderzoeken eerst hetgeen passend is en gaan dan aan de slag met het tegenovergestelde?"
>
> jij, over route B

---

ai
bekeek 51 aanbieders in vijf steden

ik
schreef drie routes, en de verwachte

jij
koos B, en vormde hem om met drie vragen

een positionering die belooft anders te zijn.

drie vragen die het veranderden

de route zoals voorgelegd: “de studio die laat zien wat ze weglegde, en meet wat ze maakte.” dit deden jouw vragen ermee.

“wat is er gemeten, en vindt een cliënt het belangrijk dat dit is gemeten?”

De metingen tonen dat het werk technisch deugt, niet dat het merk werkt. Meten ging uit de kern.

“is b niet meer in de lijn van: wij onderzoeken eerst hetgeen passend is en gaan dan aan de slag met het tegenovergestelde?”

Dat legde de kern bloot: eerst het voor de hand liggende zichtbaar maken, dan wegleggen. Alleen “het tegenovergestelde” klopte niet: het omgekeerde van het verwachte is even voorspelbaar.

“de opmerking dat wij niet iets maken dat iedereen zou maken is een gevoel, maar niet in beton gegoten. is dat erg?”

De belofte werd een handeling in plaats van een oordeel. Niet “wij maken iets unieks”, maar “dit is je branche, dit volgt daar vanzelf uit, dat hebben we weggelegd, dit hebben we ervan gemaakt.”

> "[Een van mijn eerste opdrachtgevers] koos uiteindelijk voor een iets veiligere keuze in mijn optiek, maar door de uiteenlopende voorstellen hebben ze toch iets unieks."
>
> jij, over een van je eerste opdrachtgevers

twee beperkingen, jouw keuze: geen gesprekken met (mogelijke) klanten, dus alles over de doelgroep is een aanname; en de positie wordt herzien na tien klanten.

03

hoofdstuk

de naam

hoe gaat de studio heten?

1.463 namen gegenereerd · 40 getoond · 1 gekozen

verwacht

brand studio rotterdam
mkb branding
freedom marketeers

hoe gaat de studio heten?

links: hoe een studio in deze markt heet. de derde was al van ons: de ingeschreven handelsnaam.

gegenereerd

1.463

in drie rondes: 604 · 597 · 262. 1.459 verschillend.

aan jou getoond

40

27 in de presentatie, 13 in de herkansing

expect otherwise

Eén ding: het is een opdracht aan de klant, geen beschrijving van de studio.

Het is de enige naam die beide rondes overleefde. De naam zelf was vrij; het woord “Otherwise” niet helemaal. Daarover twee pagina's verder.

> "Expect Otherwise voelt vertrouwd. Het lijkt een gevoel dat de client heeft en klinkt als een opdracht aan de client."
>
> jij, na de presentatie

---

ai
genereerde de namen en controleerde domeinen en merkregisters

ik
koos er 40, schreef de redenen, wees op het risico

jij
koos, en accepteerde het risico

verwacht · weggelegd vóór ronde één

brand studio rotterdam
mkb branding
freedom marketeers
the branding company
brandpro

en de verwachte uitweg:
brandly · namify · blck studio · purple fox

twee rondes, veertig namen

daartussen een ronde met odes, nadat je vertelde dat de naam van je andere bedrijf er één is. je schrapte hem zelf.

daarna stuurde je je eigen lijst, en vroeg je opnieuw te beginnen.

de presentatie · 27 namen

acquired taste · and yet · **apart by choice** · **at liberty** · beg to differ · different tastes · double take · **expect otherwise** · freedom & co · freedom identities · freedom marks · margin & wright · offcut · out of uniform · own device · proves the rule · quiet move · scribe & square · seldom & co · set aside · tastes different · tastes vary · tell apart · then again · unexpected · **unexpected company** · unexpected tastes

de herkansing · 13 namen, gebouwd op jouw reacties

expect otherwise · expect elsewhere · choose apart · discard first · leave granted · by your leave · choice and reason · quite deliberate · cause shown · the choosing company · unbidden company · elector and co · unprompted company

wat je zei, hierboven in groen

at liberty
"voelt goed en heeft een relatie met Freedom."

apart by choice
"lijkt daadwerkelijk de essentie van ieder traject te raken. Gevoelsmatig lijkt het meer een zin dan een bedrijfsnaam."

unexpected company
"klinkt professioneel, maar wellicht wat voor de hand liggend."

… taste
"Alles met Taste of Tastes neigt teveel naar smaak omtrent voedsel."

expect elsewhere

schoon in elk register dat we controleerden. één van twaalf namen zonder de vlek.

het ene risico dat je nam

gevonden in de tweede ronde, niet in de eerste. de studio zoekt nu meteen of er een bureau is met de naam, of met het dragende woord.

“otherwise”

de naam	Expect Otherwise: geen identiek merk, beide domeinen vrij.
het woord	OTHERWISE is een geregistreerd merk in het Verenigd Koninkrijk en Italië, in de klassen voor reclame en ontwerp (35 en 42).
het bureau	Een bureau voor branding en grafisch ontwerp in Chicago gebruikt het woord al als naam.
wat je deed	Je zag het, liet er twaalf namen zonder die vlek naast leggen, en koos Expect Otherwise.

> "De keuze is gemakkelijk. De absolute winnaar … heeft twee rondes overleefd en voelt absoluut passend."
>
> jij, na de herkansing

geaccepteerde risico's, jouw keuze: geen toets door een merkengemachtigde, geen controle door moedertaalsprekers. beide komen terug in het kwaliteitsrapport.

04

hoofdstuk

de stem

hoe klinkt ze?

3 proefstemmen · 2 gecombineerd

“een creatief bureau met een persoonlijke aanpak … krachtige merken … uniek en op maat.”

en de standaardstem van ai.

hoe klinkt ze?

links: de stem van de branche. “uniek” en “krachtig” stonden op vijf van zes homepages.

hard voor het gemiddelde.
hartelijk voor de ondernemer.

Eén ding: één stem alleen was kil of gewoon. De naam is zelf zo gebouwd: een stellige opdracht, gericht aan de klant.

Je mengde stem A, de tegenspraak, met stem C, de trotse ondernemer: A leidt, C voegt toe. En je koos “ik”, niet “wij”.

> "Ze verrassen en hen nog trotser maken op hun eigen (wellicht nog te starten) onderneming."
>
> jij, over wat de stem moet doen

> "We moeten eerlijk zijn en spreken over wij klopt dan niet. Dus we gaan voor 'ik'. Wellicht dat we dat in de toekomst nog wijzigen."
>
> jij, over ik of wij

ai
mat zes homepages, schreef drie proefstemmen

ik
wees erop dat de gekozen woorden scherper zijn dan hoe je zelf schrijft

jij
combineerde twee stemmen, koos “ik”

verwacht

“wij zijn een team van gepassioneerde creatievelingen dat unieke merken bouwt.”

houdt de stem stand in een echte tekst?

de over-tekst voor de bedrijfspagina van de studio, in drie rondes gelezen door twee ai-lezers voordat iemand anders hem zag.

drie rondes, twee lezers

Eén ding: een stem bestaat pas als hij een lezer overleeft die hem niet gelooft.

Ronde 1: “uniek” stond erin, als citaat van de concurrentie. Eruit. De warmte voor de ondernemer ontbrak. Erin.

Ronde 2: de opening moest de wending van de stem hebben, niet de warme zin. De verdediging “meer studio's doen dat” ging eruit.

Ronde 3: de tegenlezer vroeg wat er gebeurt als het tegenvalt. De inbegrepen herkansing kwam erin.

> "teksten zo prettig mogelijk leesbaar te maken en dus menselijk. We zijn volledig transparant dat we AI gebruiken."
>
> jij, over het doel

ai
gemini toetste de stem, grok las als tegenlezer

ik
schreef en herschreef, wees af wat te letterlijk was

jij
stelde het doel: menselijk, en open over ai

06

hoofdstuk

het beeld

waaraan herken je haar zonder de naam?

12 studio's geteld · het verwachte en 3 richtingen · 1 gekozen, met 3d

verwacht

een grote schreefloze kop, een neutrale grond met één knopkleur (violet, oranjerood of blauw), ronde casebeelden, een klein woordmerk.

waaraan herken je haar zonder de naam?

links: wat twaalf merkstudio's gemeen hebben.



het verwachte ligt plat. de keuze staat.

Eén ding: de vergelijking zelf is het merk: links klein en grijs wat iedereen zou maken, rechts groot wat gekozen is. Met een lijn ertussen.

> "Optie A voelt het best, maar wel met 3D-werk."
>
> jij, bij de keuze van de richting

---

ai
telde twaalf studio's, genereerde proefbeelden voor richting c

ik
legde drie richtingen voor en adviseerde a

jij
koos a, en voegde diepte toe

verwacht

een logo dat invloeit en omhoog schuift.

hoe beweegt het merk?

jouw idee, niet dat van de studio. het werd de beweging op de homepage: een hand kaarten, twee vallen weg, één blijft staan.





1 · het verwachte ligt



2 · drie richtingen



3 · twee vallen weg



4 · één blijft staan

De kaarten tonen het eigen traject: 0 het verwachte, A, B en C de drie richtingen. De gekozen kaart blijft staan en wordt het teken. Goud, omdat goud de nummer 1-keuze is.

> "Stap 1 is het ontwerp dat iedereen krijgt. Die kaart staat, maar valt om. Stap 2 een waaier met kaarten (misschien 3 kaarten) rechts van de liggende kaart. Stap 3, 2 van de 3 kaarten komen te vervallen."
>
> jij, over de beweging

---

ai
videomodellen probeerden het en lieten de kaarten vervormen; de definitieve versie is gerenderd in blender

ik
bouwde het zo dat het precies op het teken eindigt

jij
had het idee, en vroeg om goud

07

hoofdstuk

het teken

welk teken staat voor ons?

60 schetsen · 3 concepten en je eigen idee · 1 gekozen

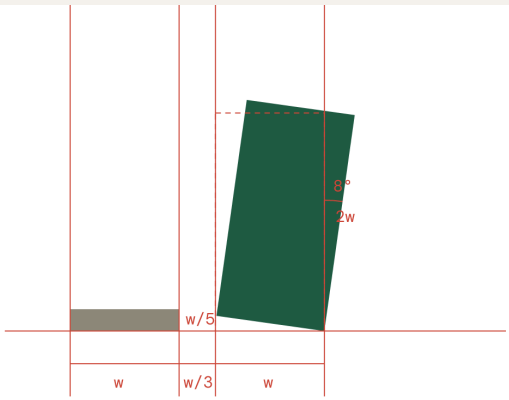
verwacht

e + o

de twee beginletters, samengesmolten tot één teken. je eigen eerste gedachte, en meegenomen als gelijkwaardige kandidaat.

welk teken staat voor ons?

de studio adviseerde concept 2, de losse rug. jij koos 1. de keuze is aan de klant.



CONSTRUCTIE

w = kaartbreedte

liggend: w × w/5

staand: w × 2w (1 : 2)

ruimte: w/3

kanteling: 8° om de rechteronderhoek

klein teken (16–24 px): liggend w × 0,3w, 6°

vrije ruimte rondom: w

tafel = basislijn

één kaart ligt, één staat

Eén ding: het is het idee van de studio als voorwerp.

> "Mijn eerste reactie/gevoel is concept 1. Concept 2 begrijp, maar die lijkt de letter 'O' te missen terwijl Otherwise juist van groot belang is in de naam."
>
> jij, bij de keuze van het teken

ai	ik	jij
tekende 60 schetsen in code en mat het contrast	koos er drie, adviseerde een andere	koos concept 1

een pagina logoregels: vrije ruimte, minimummaat, verboden in rode kruisen.

het teken als recept

0° leest als een staafdiagram. 11° valt om. 8° staat.

1 neem twee gelijke kaarten, breedte w.

2 leg er één plat: w × w/5. die is grijs.

3 zet de ander rechtop: w × 2w, 8° gekanteld op de rechteronderhoek. die is groen.

4 houd w/3 ertussen.

5 de naam staat op de lijn van de liggende kaart, in dm mono, in onderkast.



expect otherwise

> "expect otherwise is een opdracht aan de klant"
>
> jij, over onderkast

> "minder uniek, maar wel beter passend bij de branche"
>
> jij, over flessengroen boven olijf

ai
mat het contrast: het grijs van het teken werd donkerder tot het zichtbaar was

ik
bepaalde de hoek, de ruimte en het gewicht

jij
koos de letter en de kleur

08

hoofdstuk

de regels

hoe houden we dit zo?

5 dingen die nooit veranderen · 3 toetsdragers · 2 tests zonder voorkennis

een merkhandboek van honderd pagina's dat niemand opent.

wat nooit verandert

vijf dingen. al het andere staat in de toolbox, en mag bewegen.

1. de verdeling 1 : 2 met de inktlijn, op alles.
2. links plat en grijs, rechts groen of licht. nooit diepte in het kleine vlak.
3. dm mono voor de naam en de koppen, in onderkast.
4. de avatar is het teken, plat.
5. 3d-werk alleen in het grote vlak, nooit los zonder de verdeling.

vast en variabel

vast	de verdeling en de lijn · het teken · flessengroen en de twee grijzen · dm mono · grijs is altijd het verwachte, groen altijd de keuze
volgens de regel	liggend of staand · wat in het kleine vlak staat · wat in het grote vlak staat · de maat van de kop
vrij	wat het grote vlak toont · foto's van klantwerk · lengte van teksten · volgorde op een pagina

> "Ik wil graag de richtlijnen aanhouden en dit niet overrulen met mijn keuze."
>
> jij, toen een sjabloon de regels brak

richtlijnen goedgekeurd op een scherm, nooit geprobeerd op een echte drager.

houden de regels stand?

twee sessies zonder enige voorkennis maakten elk iets nieuws met alleen de toolbox. elke gok die ze moesten doen, werd een regel.

gokpunten, test 1

19

een instagrambericht

gokpunten, test 2

21

een gedrukt bedankkaartje



voorkant



achterkant

het visitekaartje

De achterkant: een qr-code in het grijze vlak, naar het kaartje dat iedereen zou maken. Het teken in reliëf: de liggende kaart in blinddruk, plat; de staande kaart in preeg, met diepte.

> "de achterzijde is weinig creatief"
>
> jij, over de eerste versie

---

ai
twee sessies zonder voorkennis
maakten een bericht en een kaart

ik
maakte van 40 gokpunten regels

jij
vroeg om een betere achterkant

verwacht

een pasfoto, social-iconen, contacticonen, een knop “book a call”, veel kleur.

hoe eindigt een e-mail?

links: wat 58 handtekeningen uit generators en sjabloonmarkten hebben. een foto op 43.

gemeten

58

handtekeningen

expect otherwise,

Eén ding: de naam wordt de groet. op vijf vaste momenten staat eerst de zin die iedereen gebruikt, doorgestreept.

~~in de bijlage vind je de offerte, zoals besproken.~~
hier is hij. hij begint met wat ik niet ga maken.

> "C is de creativiteit die ik van jou verwacht."
>
> jij, bij de keuze van de handtekening

---

ai
verzamelde en telde 58 handtekeningen

ik
maakte een eerste versie, die jij afwees, en daarna drie richtingen

jij
vroeg eerst te meten; koos b voor elke dag en c voor vijf momenten

verwacht

“wij creëren merken die je bedrijf laten groeien.”

wat is de ene zin?

links: wat 78 homepagekoppen zeggen, wereldwijd. de categorie 59 keer, “we create” 29 keer, groei of impact 34 keer. “ik”: nooit.

i design what everyone in your industry would make. then i set it aside.

Eén ding: het zegt iets wat de lezer kan nagaan, geen belofte dat het anders wordt.

De studio deed dit twee keer fout. Ze begon vanuit de zin die er al was, niet blanco; jij zag het. Daarna gebruikte de winnende zin “average”, een woord dat een concurrent bezit; de studio miste het. Daarna begon een schrijver die de oude zin nooit had gezien opnieuw, en beoordeelden twee lezers blind.

De zin blijft Engels, ook voor Nederlandse klanten.

> "je bent niet blanco met het onderzoek gestart, maar vanuit de zin die we reeds hadden bedacht."
>
> jij, tegen de studio

ai	ik	jij
schreef 60 zinnen zonder de oude te kennen; gemini en grok beoordeelden blind	miste dat het niet blanco was, en miste het woord	zag het, en volgde de lezers

10

hoofdstuk

het scherm

hoe gedraagt het merk zich op een scherm?

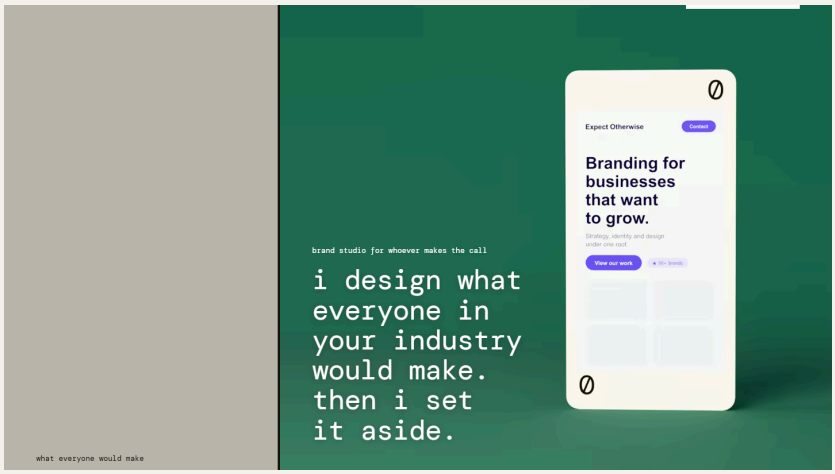
78 homepages gemeten · 2 verwachte en 3 richtingen · 1 gekozen

de richtlijnen als verflaag over de standaardsite.

of het andere verwachte:
schermvullend 3d met zacht scrollen.

hoe gedraagt het merk zich op een scherm?

de studio adviseerde b, een instrument dat het gemiddelde van je branche nabouwt. jij koos a.



de hand kaarten

Eén ding: je scrolt, en het verwachte valt weg, kaart voor kaart, tot er één staat.

> "A voelt direct het allerbest … Ik ben wel echt tevreden over de diversiteit van de drie richtingen."
>
> jij, bij de keuze van de richting

---

ai
ververste de trenddata van prijswinnende sites; de kaarten zijn gerenderd in blender

ik
legde drie richtingen voor, adviseerde b

jij
koos a

verwacht

werk, diensten, een manifest.

wat komt er op de homepage?

links: wat 78 homepages tonen. werk 68 keer, diensten 41, een manifest 40. prijzen: twee keer.

het bewijs voorop, en ai in de werkwijze

Eén ding: een bezoeker ziet wat er weggelegd is voordat hij leest wat de studio beweert.

Gepubliceerde prijzen, met een bovengrens. Een boek dat opengaat. Een afspraakknop die nooit verder dan één klik weg is. En de doelgroep, uiteindelijk: “merkstudio voor wie zelf de knoop doorhakt”, na vijf blinde rondes met drie lezers.

> "Ik als klant weet niet wat er bijvoorbeeld nog meer op kan staan en waarom we dat dan niet erop zetten."
>
> jij, met de vraag te meten in plaats van te raden

> "eerst designen en dan meten … downgraden zonder dat we weten of het nodig is, is absoluut niet de bedoeling"
>
> jij, over beweging en snelheid

---

ai
mat 78 homepages; drie lezers toetsten het doelgroepwoord blind

ik
legde drie opbouwen voor

jij
koos het bewijs voorop, en hield de beweging

verwacht

een cookiemuur met een groene knop “accepteren” en een grijs linkje “weigeren”.

wat vraagt de wet,
en is het veilig?

gecontroleerd tegen de wetteksten zelf, artikel voor artikel, en tegen wat de gebouwde site echt opslaat.

er laadt niets tot je antwoordt

Eén ding: twee gelijke knoppen. er wordt niets bewaard en er laadt niets van google voordat de bezoeker heeft gekozen.

De kaarttafel onthoudt welke pagina's je las; de wet telt dat als opslag, dus de bezoeker krijgt het te horen. Je hield hem. Alle rechten op het definitieve werk gaan naar de klant. Toegankelijkheid: wcag 2.2 aa, afgesproken, niet verplicht. Een strenge beveiliging laat alleen de site zelf en Google Analytics toe.

> "géén afzwakking van de kaarttafel"
>
> jij, toen opslag een melding betekende

geaccepteerd risico, jouw keuze: nog geen toets door een jurist. de studio stelt op en bouwt; ze geeft geen juridisch advies.

---

ai
legde de regels naast de wetteksten; mat opslag en verkeer op 24 pagina's

ik
bouwde de melding en de beveiligingsheaders

jij
hield de kaarttafel, koos analytics met toestemming

“go”, omdat de datum vaststond.

is het klaar om live te gaan?

de controle zegt go of no-go.
de eerste keer zei hij no-go,
volgens plan. de tweede keer,
met dit boek op de site: go.

trouw-toets

18/18

kernmechanismen en vaste regels aanwezig

toegankelijkheid

0

overtredingen gevonden

no-go, then go

Eén ding: eerst het echte boek. het dummyboek op de site was te zwaar voor de afgesproken snelheid.

Gevonden en hersteld in de eerste ronde: een link die niet in een nieuw tabblad opende, contactgegevens die niet klikbaar waren, een deelbeeld in het verkeerde formaat. Wat je nu leest, is de reden van de no-go.

Ronde twee, met dit boek: de boekpagina ging van 73,5 naar 97 op een telefoon. Elke afgesproken norm is gehaald. Live zonder toets door een jurist: jouw keuze, en een geaccepteerd risico.

---

ai
draaide elke toets: snelheid, toegankelijkheid, beveiliging, trouw

ik
zei no-go, daarna go

jij
koos het boek vóór de livegang, en om live te gaan zonder jurist

verwacht

een schermafbeelding van één groene score.

hoe snel, en voor wie?

elke uitkomst naast wat vooraf is afgesproken. “geen norm” betekent: gemeten, maar niets afgesproken. ronde twee, op het testadres; opnieuw bij de livegang en na veertien dagen.

gemeten tegen wat is afgesproken

wat	uitkomst	afgesproken	oordeel
snelheid, homepage, telefoon	97.5	≥ 80	gehaald
snelheid, homepage, computer	100	≥ 90	gehaald
snelheid, /book/, telefoon (ronde 1, dummy: 73,5)	97	≥ 80	gehaald
snelheid, /book/, computer (ronde 1: 86)	100	≥ 90	gehaald
grootste beeld in beeld, telefoon	2.19 s	goed: ≤ 2,5 s	geen norm
verspringen van de opmaak	0	goed: ≤ 0,1	geen norm
toegankelijkheidsovertredingen, 16 pagina's × 2 schermen	0	WCAG 2.2 AA	gehaald
laagste tekstcontrast, ook over beeld	4.57 : 1	≥ 4.5 : 1	gehaald
alleen toetsenbord, zichtbare focus	ja	WCAG 2.2 AA	gehaald
wat een screenreader krijgt (met een script)	0 fouten	WCAG 2.2 AA	gehaald
horizontaal scrollen, 24 pagina's × 4 breedtes	0	–	geen norm
consolefouten · kapotte links	0 · 0	–	geen norm

snelheid: lighthouse, mediaan van drie runs. toegankelijkheid: axe-core; contrast over beeld gemeten onder de letters; de screenreadercontrole is met een script gedaan, niet met een screenreader.

verwacht

“een duurzame website”, zonder getal.

hoe zwaar,
en hoe veilig?

co2: sustainable web design model v4, de methode die website carbon gebruikt, met de klassen a+ tot f. groene hosting: green web foundation.

de kaarten hebben een gewicht

wat	uitkomst	afgesproken	oordeel
hosting op groene stroom	ja	–	geen norm
co2 per bezoek, dienstpagina	0.027 g · A+	–	geen norm
co2 per bezoek, homepage, telefoon	0.298 g · E	–	geen norm
co2 per bezoek, homepage, computer	0.436 g · F	–	geen norm
co2 per bezoek, dit boek online, uitgelezen	0.115 g · B	–	geen norm
paginagewicht, homepage, na scrollen	2.4–3.5 MB	–	geen norm
niets laadt vóór toestemming	13 / 13	verplicht	gehaald
schendingen van het beveiligingsbeleid	0	–	geen norm
bekende kwetsbaarheden in pakketten	0	–	geen norm
trouw aan de gekozen richting	18 / 18	18 / 18	gehaald
woorden van de nooit-lijst	0	0	gehaald
talen in beide richtingen gekoppeld	ja	ja	gehaald

De dienstpagina's halen de hoogste klasse, A+. De homepage niet: 205 beelden van de hand kaarten. Dat is de prijs van de gekozen beweging. De site wordt er niet trager van: 97,5 en 100 voor snelheid. Dus het blijft.

> "Als het gewicht slechts een slechte carbonrating geeft, maar qua snelheid geen invloed heeft, dan wil ik geen wijzigingen."
>
> jij, over het gewicht van de homepage

13

hoofdstuk · volgt na de livegang

werkte het?

De livegang, en het kwaliteitsrapport op dag één en na veertien dagen: wat gemeten is, tegen wat afgesproken was. Dit hoofdstuk komt erbij zodra het te meten is.

verwacht

een usb-stick in de achterflap.

wat je
nu hebt

het merk	Positionering, naam, stem, merkrichting, richtlijnen en toolbox, in één repository.
het teken	Twaalf varianten in svg, pdf, eps en png, het favicon en de constructie.
dragers	Visitekaartje, handtekening, offerte en factuur, presentatiesjabloon, social.
de site	De broncode, in het Engels en het Nederlands, met elk toetsscript.
niet in dit boek	Wachtwoorden, sleutels, contracten en bedragen. Die staan in een apart dossier, niet op papier.



expect
otherwise

Geschreven en ontworpen door Expect Otherwise.

Letters: DM Mono en Public Sans, beide onder de SIL Open Font License.

Gebouwd in code: html en css, gezet als pdf. Geen opmaakprogramma.

Gebruikte AI: Claude (schrijven, code, onderzoek, schetsen), Gemini en Grok (lezers), beeld-en videomodellen voor proeven. Gerenderd in Blender.

De woorden van de klant staan zoals ze gezegd zijn.

Rotterdam, oktober 2026.