

Mini-kleurengids

De kracht van kleur



DAAROM *kleur!*

Je boodschap start niet met woorden, maar met kleur! We denken vaak dat communicatie begint met tekst. Maar voordat iemand een woord heeft gelezen, is er al iets gebeurd: kleur heeft een eerste indruk achtergelaten. Een kleur roept gevoel op, trekt aandacht, en bepaalt de toon - nog vóór je inhoudelijk iets hebt verteld.

Denk maar aan een rood stopbord, een groen vinkje of een blauwe envelop. Kleur communiceert sneller dan tekst ooit kan. In visuele communicatie werkt dit net zo krachtig. Kleur zorgt voor directe herkenning, roept emoties op en geeft structuur aan informatie.

In mijn werk als zakelijk tekenaar zet ik kleur bewust in om datzelfde effect te bereiken. Bij het maken van praatplaten stel ik mezelf steeds drie vragen:

1. Welke emotie wil je oproepen?
2. Welke onderdelen moeten direct opvallen?
3. Wie is de doelgroep?

Pas als ik die antwoorden heb, kies ik kleuren die dat ondersteunen. Zo ontstaat een visual die niet alleen helder is, maar ook blijft hangen. Kleur wordt geen bijzaak, maar een strategisch middel om je boodschap kracht bij te zetten.



Irene From-Bakker

KLEUR en betekenis

Kleur is dus niet alleen decoratie, het doet veel meer dan alleen 'mooi zijn'. Kleur trekt de aandacht, geeft structuur en roept gevoel op. Het helpt ons sneller begrijpen, beter onthouden én voelen wat belangrijk is.

In deze mini-kleurengids neem ik je mee in de wereld van kleur en laat ik je zien hoe verschillende kleuren je boodschap kunnen versterken door ze bewust en strategisch in te zetten in je visuele communicatie.

Ontdek hoe kleur de toon zet, richting geeft en de aandacht stuurt in je visualisaties. Of je nu een praatplaat maakt, een visueel verslag, of samenwerkt aan complexe plannen: kleur helpt jouw verhaal krachtiger over te brengen.



Hoe ik kleur inzet in praatplaten

Kleur zorgt voor:

- Snelle herkenning: We begrijpen in één oogopslag waar het over gaat.
- Emotionele lading: De juiste kleur roept het juiste gevoel op.
- Structuur en overzicht: Kleur helpt om hoofd- en bijzaken te scheiden.

Ik kies kleuren daarom heel bewust:

- Welke emoties wil je oproepen?
- Welke onderdelen moeten direct opvallen?
- Welke doelgroep kijkt naar de plaat?

Door die vragen te beantwoorden, ontstaat er een visueel verhaal dat klopt en beklijft. Zo wordt kleur geen bijzaak, maar een versterker van je boodschap.

*"Kleur! Wat een diepe en mysterieuze taal,
de taal van dromen."*

– PAUL GAUGUIN –

DE KLEUR

blauw

Betrouwbaarheid, rust en professionaliteit

Blauw is dé kleur van vertrouwen. Denk aan banken, zorginstellingen en overheden - zij kiezen vaak voor blauw om rust, stabiliteit en betrouwbaarheid uit te stralen. In visuals zorgt blauw voor een kalme en gestructureerde indruk.

Wanneer gebruiken?

Als je boodschap gaat over beleid, structuur, veiligheid of feiten. Blauw werkt goed als achtergrondkleur of voor titels en kaders die overzicht geven.

Let op:

Te veel blauw kan afstandelijk of kil overkomen. Combineer het eventueel met een warmere accentkleur.

rood

Urgentie, energie en aandacht

Rood schreeuwt (letterlijk) om aandacht. Het activeert en roept een gevoel van urgentie op. Het is dan ook perfect om de blik te sturen of actie te stimuleren.

Wanneer gebruiken?

Als iets belangrijk is: deadlines, actiepunten, risico's of waarschuwingen. Rood is ook effectief in call-to-actions.

Let op:

Overmatig gebruik van rood kan stress of agressie oproepen. Gebruik het spaarzaam, als accent.

DE KLEUR

oranje

Creativiteit, enthousiasme en saamhorigheid

Oranje is energiek, toegankelijk en sociaal. Niet voor niets dé kleur van Nederland. Het straalt spontaniteit en verbondenheid uit.

Wanneer gebruiken?

In visuals over samenwerking, teamspirit of als je iets nieuws en creatiefs wilt neerzetten. Oranje is uitnodigend en levendig.

Let op:

Oranje is speels. Voor formele of serieuze onderwerpen is het slim om het subtieler in te zetten of te combineren met rustiger kleuren.

groen

Groei, balans en vooruitgang

Groen staat voor ontwikkeling, harmonie en duurzaamheid. Het geeft letterlijk en figuurlijk lucht aan je visual.

Wanneer gebruiken?

Als je wilt communiceren over leerprocessen, verandering, of duurzame initiatieven. Groen brengt rust én hoop.

Let op:

Groen heeft veel tinten met verschillende effecten. Felgroen voelt anders dan donkergroen. Kies bewust welke tint groen je gebruikt.

DE KLEUR

paars

Verdieping, visie en creativiteit

Paars combineert de kalmte van blauw met de energie van rood. Het is mysterieus, inspirerend en wordt vaak geassocieerd met visie en vernieuwing.

Wanneer gebruiken?

Als je jouw boodschap wilt laden met strategie, leiderschap of abstracte ideeën. Ook geschikt voor thema's als zingeving en ontwikkeling.

Let op:

Paars is krachtig, maar minder alledaags. Het vraagt dus om bewuste inzet, vooral als je wilt opvallen met een unieke insteek.

geel

Optimisme, energie en aandacht trekken

Geel is een oppepper. Het straalt zonlicht uit en trekt meteen de aandacht. Het roept nieuwsgierigheid en vrolijkheid op.

Wanneer gebruiken?

Voor positieve kernboodschappen, highlights in de visual of het accentueren van kansen.

Let op:

Geel op wit (of andersom) is lastig leesbaar. Gebruik het slim en vooral als accent.

KLEUR TOEPASSEN

in visuele communicatie

✓ **Combineer 2-3 hoofdkleuren voor rust en duidelijkheid**

Te veel kleuren maken een praatplaat rommelig en leiden af. Door je te beperken tot een beperkt kleurenpalet zorg je voor samenhang en overzicht. Denk bijvoorbeeld aan een hoofdkleur voor structuur, een kleur voor actiepunten, en één voor positieve ontwikkelingen.

✓ **Gebruik neutrale tinten (grijs, zwart, wit) voor balans**

Neutrale kleuren helpen om de aandacht te sturen. Ze zorgen ervoor dat de felle of opvallende kleuren echt opvallen waar het ertoe doet. Denk aan grijze pijlen of kaders, zodat de inhoud in kleur eruit springt.

✓ **Laat kleur overeenkomen met het doel van je boodschap**

Denk goed na over wat je wilt uitstralen. Een strategisch document kun je ondersteunen met koele kleuren (zoals blauw en paars) voor rust en overzicht, terwijl een interactieve werksessie gebaat is bij warme, energieke kleuren zoals geel en oranje.

✓ **Denk aan contrast voor leesbaarheid en toegankelijkheid**

Gebruik voldoende contrast tussen tekst en achtergrond zodat informatie goed leesbaar blijft, ook voor mensen met een visuele beperking. Vermijd bijvoorbeeld lichtgele tekst op een witte achtergrond of rood op oranje.

TIPS

voor jouw organisatie

Zó kies je kleuren die werken voor jouw boodschap én doelgroep

1. De boodschap is leidend

Wil je iets onder de aandacht brengen? Kies dan voor een kleur met impact, zoals rood of oranje. Gaat het om rust, overzicht of vertrouwen? Denk dan aan blauw- of groentinten. Kleur moet ondersteunen wat je zegt - niet afleiden.

2. Denk aan je doelgroep

Wat werkt in een creatief team, werkt misschien niet in een collegezaal of directiekamer. Kies kleuren die passen bij de mensen die je wilt bereiken én bij de context waarin zij de visual zien.

3. Houd rekening met je huisstijl

Soms is het slim om kleuren uit je huisstijl als basis te gebruiken. Zo blijft je communicatie herkenbaar. Je kunt daar subtiel andere kleuren aan toevoegen om accenten te leggen of structuur aan te brengen.

4. Gebruik kleur functioneel

Gebruik kleuren om structuur aan te brengen:

- Eén kleur voor hoofdonderdelen
- Een andere kleur voor voorbeelden of acties
- Neutrale tinten voor achtergrond of verbinding

Zo wordt het niet alleen mooier, maar vooral duidelijker.

5. Less is more

Te veel kleuren maken het onrustig. Beperk je tot 2 of 3 hoofdkleuren en gebruik aanvullende tinten voor nuance. Witruimte is ook je vriend!

BEN JIJ KLAAR

om kleur te bekenen?

Ik maak graag tijd om kennis te maken. In een vrijblijvend gesprek kijk ik met je mee en help ik je de juiste toon én kleuren te vinden voor jouw praatplaat!

contact



Plan gelijk een afspraak via [Calendly](#)



06 28 16 04 46



irene@madefromsketch.nl



[madefromsketch.nl](https://www.instagram.com/madefromsketch.nl)



Irene From-Bakker





Bonus: Kleuren-checklist

Strategisch kleurgebruik in je visual - check je ontwerp op deze punten:



Sluit het kleurgebruik aan bij de boodschap?



- Straalt de kleur het juiste gevoel of doel uit, bijvoorbeeld urgentie, energie of juist rust?



Heb je maximaal 2 à 3 hoofdkleuren gekozen?



- Vermijd een regenboogeffect: focus zorgt voor rust en duidelijkheid



Worden kleuren functioneel ingezet?



- Helpen ze bij het ordenen van informatie of het benadrukken van belangrijke onderdelen?



Is het contrast voldoende?



- Zijn teksten of symbolen goed leesbaar en onderscheidend van de achtergrond?



Passen de kleuren bij je doelgroep en organisatiecultuur?



- Denk aan formeel versus informeel, zakelijk versus creatief



Heb je (waar nodig) rekening gehouden met je huisstijl?



- Consistentie draagt bij aan herkenbaarheid

