

MATTMO
ADDED
VALUE OF
CREATIVITY

NO DREAM IS TOO BIG



**BOUWEN AAN EEN
TOEKOMST DIE ONS
OVERLEEFT**

02



**JAARVERSLAGEN
DIE INHOUD,
VORM EN IMPACT
VERBINDEN**

06

De transitie van onze tijd vraagt om meer dan mooie woorden. Duurzaamheid is voor ons geen losstaand project, maar een integraal onderdeel van wie je bent als merk en organisatie. Het begint van binnenuit, in je cultuur en je dagelijks handelen. Soms betekent dat het ontdekken van nog onbenutte waarden, soms het heruitvinden van jezelf. Dromen, hoe groot ook, hebben altijd een begin nodig: aandacht, verbeeldingskracht en samenwerking.

Als transitiestrategen, merkenbouwers, communicatiespecialisten en designers helpen wij organisaties hun duurzaamheidsfocus te definiëren, vast te leggen en te verankeren in hun identiteit. We helpen die strategie vervolgens tastbaar en zichtbaar te maken. Dit kan alle vormen aannemen: een jaarverslag, een campagne, een film, een boek of een installatie, elk middel is mogelijk.

Elke verandering begint bij mensen. Daarom is ESG-communicatie voor ons geen verslaglegging, maar de culturele vertaling van je

duurzaamheidsbeleid: de brug tussen intentie en identiteit, tussen wie je wilt zijn en wie je al bent, als merk, als organisatie, als mens.

Wij werken graag met organisaties die durven te investeren in het onbekende, die hun merk laten groeien vanuit hun identiteit en bouwen aan een toekomst waarin relevantie en betekenis hand in hand gaan. Dat is waar wij ons al dertig jaar met overtuiging voor inzetten, en wat je terugziet in de cases in deze krant. Want dromen zijn nooit te groot.



BOUWEN AAN EEN TOEKOMST DIE ONS OVERLEEFT

Winters bouw & ontwikkeling is een familiebedrijf met ruim 175 jaar ervaring. Vanuit hun thuishaven in Breda realiseren ze duurzame projecten in wonen, werken, zorg, onderwijs en recreatie. Winters bouwt niet alleen gebouwen, maar waardevolle plekken met een positieve impact op mens en milieu. Met een integrale aanpak, eigen projectontwikkeling en vakmanschap durven ze vooruit te denken. Hun ambitie? In 2044 volledig klimaatpositief zijn, in lijn met de doelstellingen van hun stad. Als kwartiermaker in duurzaam bouwen inspireren ze partners en opdrachtgevers om hetzelfde te doen.

Mattmo hielp Winters hun duurzaamheidsvisie te formuleren, structureren en ontwerpen, als fundament voor hun toekomstgerichte positionering. We maakten duurzaamheid tastbaar via vijf centrale thema's, visualiseerden concrete keuzes met GPR-scores in dashboards en gaven ruimte aan het verhaal achter de projecten. Het visiedocument laat zien dat duurzaamheid bij Winters geen bijzaak is, maar vertrekpunt. In tekst, beeld en data verweeft Mattmo strategie en design en maakt de impact zichtbaar die schuilt in de combinatie van ambitie en uitvoering.



DESIGN ALS HEFBOOM VOOR MAATSCHAPPELIJKE IMPACT

Voordat we aan het design voor het Kenniscentrum Ongelijkheid begonnen, ontwikkelden we hun propositie en positionering; visie en strategie vormen tenslotte altijd de basis van onze vormtaal. De visuele identiteit moest de urgentie net zo krachtig communiceren als de boodschappen van het Kenniscentrum en tegelijk hun kennis, data en verhalen versterken. Dit vraagt om een merk met een krachtige uitstraling.

We vertaalden de visuele identiteit naar middelen, zoals stationery, de website en templates. Ook creëerden we in nauwe samenwerking met het Kenniscentrum een jaarmagazine met mooie interviews en infographics. Onze ontwerpkeuzes hielpen het centrum niet alleen om zichtbaar te worden, maar ook om actief de dialoog aan te gaan met burgers, beleidsmakers en partners. Zo werd design een hefboom voor impact. kenniscentrumongelijkheid.nl

Het Kenniscentrum Ongelijkheid brengt wetenschap, praktijk en beleid samen om sociale ongelijkheid zichtbaar én bespreekbaar te maken. Vanuit Amsterdam werken vijf hogescholen en universiteiten samen met lokale (wijk) organisaties aan onderzoek dat maatschappelijke verandering aanjaagt, met thema's als kansenongelijkheid, bestaanszekerheid en participatie. Door kennis uit de praktijk te verbinden met nieuwe kennis ontstaan inzichten die direct input leveren voor het gemeentebestuur van de stad. Een cruciale kennisbron in het structureel terugdringen van ongelijkheid.



OP DE BRES VOOR LEVENDE MICROGROENTE

De rebelse ambitie van Rebel Farms vertaalden we naar een merk dat prikkelt, overtuigt en verleidt. We ontwikkelden de visuele identiteit, taal en toon van het merk, en brachten eenvoud, smaak en gezondheid samen in design. Van verpakking tot website, alles nodigt uit tot actie en maakt gezond eten aantrekkelijk én toegankelijk. Zo wordt Rebel Farms niet alleen een product, maar een beweging. rebelfarms.nl

Rebel Farms maakt gezond eten makkelijker, leuker en lekkerder. Hun microgroenten zijn 50 keer voedzamer dan gewone groenten en klaar voor gebruik – zonder snijden, zonder koken. Via een abonnementsmodel leveren ze levend voedsel aan huis dat direct op het bord kan: Health as a Service (HaaS)! Zo helpen ze mensen die gezonder willen leven, maar geen tijd of zin hebben voor ingewikkelde recepten. Rebel Farms past perfect binnen de trend van 'healthy hedonism'. Dat is genieten zonder schuldgevoel, met smaak en gemak als motor voor een nieuwe, bewuste levensstijl.



VAN VLAM NAAR FLOW VOOR SCHONE LUCHT

SuperFlox ontwikkelt technologie om industriële restgassen schoon af te breken zonder vlam, rook of roet. Met zogeheten 'flameless oxidation' zet SuperFlox schadelijke emissies om in schone lucht, vooral voor de scheepvaart. Het resultaat: schonere lucht, bijna geen CO₂-uitstoot en ook bijna geen stikstofoxide (NOx). Hun ambitie is om wereldwijd marktleider worden in deze technologie. Door een alternatief te bieden voor traditionele verbranding, versnelt SuperFlox de transitie naar schone industrie, met een oplossing die schaalbaar, veilig en toekomstbestendig is. superflox.com



Mattmo hielp SuperFlox een heldere positionering te vinden tussen activisme en technologie. We ontwikkelden een identiteit die 'van vlam naar flow' breed begrijpelijk maakt. In visuele stijl, taalgebruik en verhaallijnen maakten we de complexe werking helder, zonder te simplificeren. Zo vertaalden we hun missie in communicatie die zowel ingenieurs als investeerders raakt, met de payoff 'We create clean air'. Multinationale oliemaatschappijen beoordelen de technologie als de "beste en goedkoopste beschikbare technologie" voor het behandelen van afvalgassen. Nu nog de politiek meekrijgen en allerlei vergunningentrajecten door.



C'EST VOUS

Uniwax uit Ivoorkust, onderdeel van de Vlisco Group, is al decennialang dé specialist in gewaxte stoffen. Op weg naar een duurzamere toekomst moest Uniwax zichzelf opnieuw uitvinden. Mattmo hielp hen met een nieuwe positionering.

Uniwax vertelt verhalen in stof. Als specialist in gewaxte textielen verbindt het merk traditie, identiteit en vernieuwing in kleurrijke prints, diepgeworteld in de West-Afrikaanse cultuur. Geliefd bij vrouwen als statussymbool en onmisbaar bij traditionele ceremonies en hoogtijdagen.

Na een culture scan in Abidjan ontwikkelden we de nieuwe positionering en een campagne die de creatieve expressie en joie de vivre van de Ivoiriaanse vrouw laat stralen.



uniwax



JAARVERSLAGEN DIE INHOUD, VORM EN IMPACT VERBINDEN

Een goed jaarverslag maakt strategie, ESG-informatie en prestaties zichtbaar én versterkt vertrouwen bij stakeholders. Dat vraagt om een aanpak waarin inhoud, ontwerp en proces samenkomen als één overtuigend geheel.

Mattmo combineert al meer dan 25 jaar advies, contentontwikkeling, ontwerp en projectmanagement. We helpen organisaties 'het verhaal achter de cijfers' in tekst en beeld te vertellen en maken complexe informatie toegankelijk en betekenisvol. Op basis van een DMA-analyse of duurzaamheidsstrategie kunnen we duurzaamheid stevig in het merk verankeren en dit vertalen naar communicatie die door stakeholders wordt ervaren als een samenhangende en geloofwaardige brand experience. Met onze B Corp-certificering, ervaring in duurzaamheidscommunicatie en kennis van CSRD tillen we verslaglegging zo naar een strategisch middel om identiteit en impact uit te dragen.

Bij **Workiva** behoren wij tot een select aantal designpartners (CCP) die organisaties helpen het maximale uit de creatieve mogelijkheden van dit platform te halen. Bij **Tangelo** zijn we vaste creatieve partner en ondersteunen we klanten in efficiënte productie en consistente merkuitwerking. Voor beide platforms zijn we meer dan vormgevers: we zijn vraagbaak en sparringpartner. Dankzij onze achtergrond in systeemkennis en systeemontwikkeling begrijpen we de techniek achter de tools en kunnen we klanten optimaal ondersteunen.

Of het nu gaat om strategisch advies, contentontwikkeling, design of ondersteuning in Workiva of Tangelo: klanten kiezen het pakket dat bij hun behoefte past, met Mattmo altijd als partner die inhoud, proces en vormgeving samenbrengt tot een overtuigend geheel.



Scan de QR-code om onze checklist voor een sterk jaarverslag te downloaden en ga eens met ons in gesprek over de mogelijkheden.



FAGRON

Voor Fagron maakte Mattmo een jaarverslag waarin strategie en duurzaamheid samenkomen. Met contentstructuur, visuele storytelling en heldere infographics werd ESG tastbaar. Het verslag toont overtuigend hoe Fagron's keuzes bijdragen aan een duurzamere gezondheidszorg, ondersteund door ontwerp, redactie en publicatie in Tangelo.



MELEXIS

Melexis vernieuwde haar jaarverslagproces met Workiva en Mattmo Creative. Het resultaat: één centrale databron, drastisch minder kans op fouten, snellere goedkeuringen en een helder, modern ontwerp dat complexe CSRD-informatie toegankelijk maakt. Een toekomstbestendige aanpak die efficiëntie, nauwkeurigheid en merkidentiteit versterkt.



Bekijk nog meer **jaarverslag-cases** op mattmo.nl/case-types/jaarverslagen



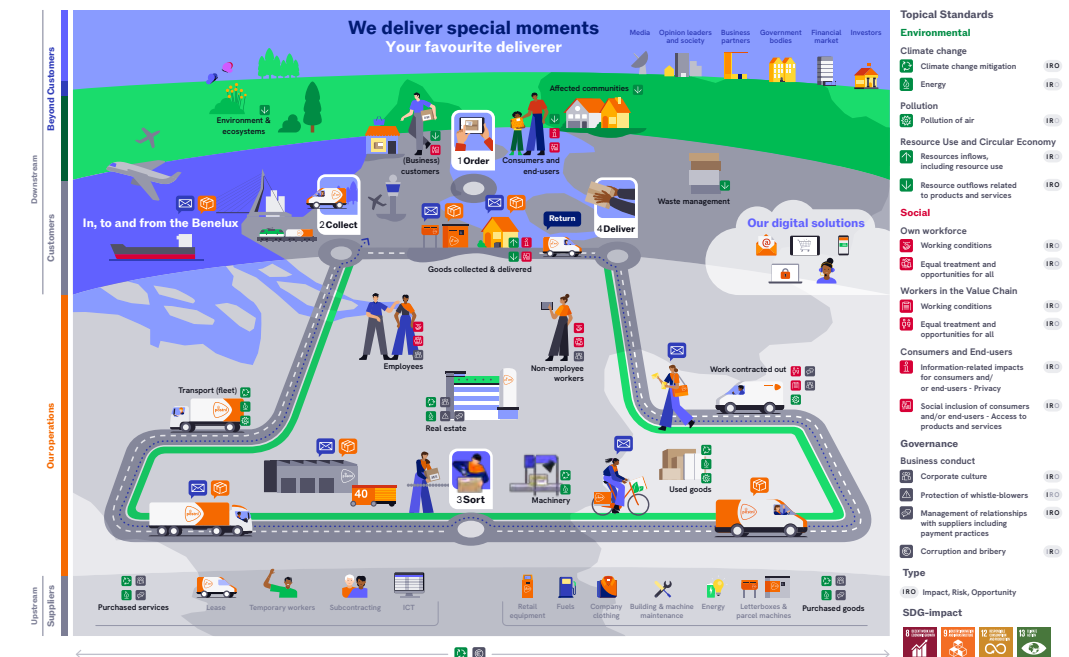
DUURZAAMHEID VOOR HET MKB PLAYBOOK

Een praktische en inspirerende gids voor bedrijven die duurzaamheid willen verankeren in hun strategie, werkwijze, communicatie en cultuur. Het Playbook is opgebouwd rond het VSME-raamwerk en gebaseerd op echte ervaringen. Het helpt je om scherpe keuzes te maken, helder te communiceren en te bouwen aan een organisatie waarin duurzaamheid vanzelfsprekend wordt. Of je nu net begint of al stappen hebt gezet: dit boekje ondersteunt je in elke fase van je duurzaamheidsreis. Samen met the sustainable link & co. maakten we dit Playbook voor organisaties die willen groeien met visie, betrokkenheid en betekenis.



Scan de QR-code en vraag het **Playbook** direct aan. We gaan graag in gesprek over hoe het aansluit bij jouw praktijk en hoe we samen de volgende stap kunnen zetten.

COMPLEXE SAMENHANG HELDER IN ÉÉN INFOGRAPHIC POSTNL



Voor het jaarverslag van PostNL ontwierp Mattmo een infographic die hun volledige **waardeketen** helder maakt. In lijn met CSRD toont het ontwerp ESG-impact, risico's en kansen. Dankzij visuele hiërarchie, een wegmetafoor en iconen wordt complexe informatie helder gepresenteerd en breed binnen de organisatie toegepast.



BASIC-FIT

Sinds 2017 vertaalt Mattmo Creative Basic-Fits missie 'make fitness available to everyone' naar een krachtig jaarverslag. Met ontwerp, Tangelo-productie, infographics en storytelling maken we hun groei en maatschappelijke impact inzichtelijk, en versterken we de merkbeleving met data, boardfotografie en vormgeving.



OCI GLOBAL

De opdracht: meer visuele en redactionele samenhang. We brachten illustraties, infographics en beeldgebruik in lijn met de huisstijl en redigeerden teksten van verschillende auteurs naar één consistente tone-of-voice. Dankzij onze analyse, visuele optimalisatie en support in Tangelo ontstond een verslag dat helder, professioneel en visueel aantrekkelijk is. Volledig in lijn met de kwaliteit en ambities van OCI Global.

ZOUTWATER MENSEN FOTOBEEK

We werkten al samen met fotograaf Friso Kooijman aan het jubileumboek van Ron Blaauw; nu heeft Mattmo het boek Zoutwatermensen – Leven met de zee van Friso mogen ontwerpen. Het boek, uitgegeven door Lecturis, is meer dan een fotoboek. Het is een visueel eerbetoon aan de mensen die de zee bevaren, de schepen onderhouden en de maritieme wereld draaiende houden.

In indringende zwart-witfotografie legt Kooijman het ruwe, eerlijke leven op en rondom zeeschepen vast: van de brug tot het dok, van de stuurhut tot de sloopwerf. Mattmo vertaalde deze visuele wereld naar een boek dat de rauwheid toont, met oog voor het ritme, de precisie en de collectieve kracht van de maritieme sector. Een ode aan vakmanschap, samenwerking en de ontembare aantrekkingskracht van de zee.



Het boek ligt in de winkels en kan online besteld worden, o.a. bij de uitgever Lecturis via de QR-code.



Of het nu een schip is met een miljoenvracht, of een cruiseschip met duizenden vakantiegangers, bij nacht en ontij begeleidt sleepbootkapitein Marcel van Peenen deze schepen de haven in.

31



STREETFOOD ALS CULTUUR- DRAGER NEW YORK

Dankzij ons werk aan 'The Pickled City' – een verhalend perspectief op New Yorks geschiedenis via de augurk, maken we sinds kort deel uit van het conceptteam voor een expositie in het **Museum of Food and Drink (MOFAD)** in New York.

De tentoonstelling verkent **street vending** als drager van cultuur, identiteit en veerkracht. Straatverkopers brengen smaak, ritme en leven in de stad. Ze zijn het sociale weefsel van de stad en vertellen via hun voedsel veel over hun virtuele vaderlanden. Van migratie tot regelgeving, hun verhalen zeggen alles over hoe steden bewegen en veranderen. Eten op straat is meer dan handel, het is gemeenschap, overleving en trots. Wordt vervolgd! **mofad.org**

IVOORKUST ARCHITECT VOLUME MAGAZINE



In Archis Volume 65 spreken Monique Mulder en Paul van Ravestein van Mattmo met Issa Diabaté van Koffi & Diabaté Architects over duurzame stedelijke ontwikkeling in Ivoorkust. Ze bespreken hoe architectuur Ivoriaanse cultuur kan verbinden met moderne uitdagingen zoals klimaatverandering.

Diabaté pleit voor de rol van architect als ontwikkelaar om meer grip te krijgen op sociale en ecologische impact. Projecten zoals The Chocolate Residence en Ebrah tonen hoe collectief eigenaarschap, bioklimatisch bouwen en lokaal bestuur bijdragen aan leefbare steden. De jonge generatie Ivorianen laat een nieuwe stedelijke ambitie zien, geworteld in traditie, maar met een eigentijdse, zelfbewuste blik op de toekomst.

Artikel lezen?
Scan de
QR-code

