

Judith Montens

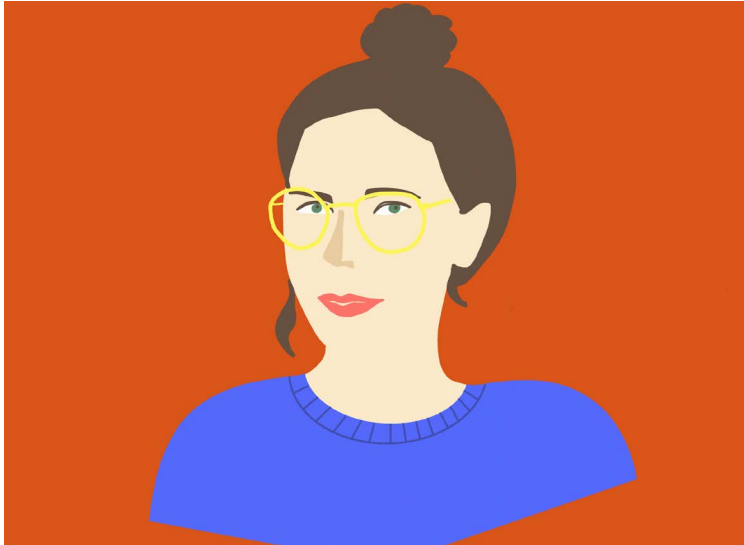
CONTACT

+31 6 241 95 287

info@montens.nl

Portfolio.

About



JUDITH MONTENS; dreamer and maker;
Graphic designer, branding & illustrator

Passion for color, shape, visual art, photography and paper.

I like frosty morning walks in the nature, to disappear temporarily in the woods and dunes. Nevertheless, you can also wake me up to drink cappuccinos in a way too trendy coffeeplace.

I like contrasts, modern and old fashioned, abstract and figurative. It may be conflicting a little, it must be challenging and innovative.

Judith Montens

Graphic designer

CONTACT

+31 6 241 95 287
info@montens.nl

SOCIAL

Free illustration work:
@mojuut
LinkedIn

Inhouse designs

Brochures, leaflet, newsletters, business cards, editorial

As an in house designer, it was my job to manage the photography of the products, but also to edit and use these pictures in all kinds of media. I designed multiple advertisements in FRAME magazine, but also flyers on stands, business cards and digital newsletters. It was my job to maintain the look and feel of Palau furniture and design all the expressions shared online and offline.

Date: 2015

Role: Print Design

Client: Palau





Judith Montens



<p>PALAU april 2015</p>	<p>Nieuwsbrief</p>	<p>PALAU at imm COLOGNE</p> <p>imm Cologne 18 - 24/01/2016 The international interiors show</p>
		<p>Portier G3, Design: Frits Dijkstra</p> <p>DESIGN POST FRIETS DIJKSTRA Deutz Mülheimer-strasse 22a 50679 Keulen Duisland</p> <p>Openingstijden: ma - en 09:00 tot 20:00 h za en zo: 10:00 tot 18:00 h</p>

Works

Palau Collection book





Judith Montens

Corals

Branding

Modularity reached a new dimension with Palau's seating system Corals. A smart, modular system that is easy to reconfigure on site and easy to maintain.

I designed concept for a photo shoot, that could be used for editorial print as well as flyers and banners for shows. The concept needed to show the modularity of the system.

We photographed the different element separately from different angles. This way you can also use the pictures in a modular way.

I designed the concept, the colour scheme, the lay out, decided on fabrics, models and produced and managed the whole shoot.

Date: 2016

Role: Editorial, Print Design, photo shoot, photo edit, colours and styling.



Works



Judith Montens

Works

Master Chi

Branding proposition

Date: 2021

Role: Branding, logo, report design, look and feel

Client: Start up company Chi master



Judith Montens

Master Chi is a start up company that works with meridians of the body. Master Chi is about finding balance, keeping you fit and healthy. By measuring the Master Chi you will find the harmony that matches best with your body type

Master Chi wanted to aim for a target group that is already into a healthy lifestyle but wants to dive in deeper than just healthy food and workouts.

Master Chi will measure the Chi balance, this will result in a report based on your own body type.

For the branding the starting point was sophisticated and technical look and feel, but also an approachable not too businesslike feel.

Stacked pebbles are used for the logo and are also used in the rest of the look and feel. Stacked pebbles are still used for finding routes as a guide on a journey. They also represent finding the right balance and harmony.

Colour Palette is based on natural tones. Grey as a base colour with small dashes of pink and green. The Blue stands for tranquility. Yellow stands for energy.



Works



Master Chi.

REPORT NEUTRA BODYTYPE

KASIA MORRIS
January 21, 2020

Below you will find your chi energy condition measurement. How do we measure your chi level? Chi level is one of the most important indicators of your overall health condition. An analysis of 10000 human readings indicates that the average chi score is 53.4. It is noted that people who receive regularly tend to have a higher chi score. Your chi score is 40 which is higher than average. However, some chi masters have a chi score higher than 100 and also have some other conditions that are not visible.

To know is to love

Congratulations on finishing 1 meridian readings. We believe this is the first step to get to know your body and your current body balance condition. A well-balanced body comprises a balanced amount of ying and yang energy, either excessive or too little ying energy or yang energy causes our body to lose balance and some parts start to function improperly.

What about me?

Your chi score is 40 which means that you are in a satisfactory condition. If you get sick, your body will probably have enough energy to fight the disease and recover faster than people with lower chi levels.

Were am I?



40.
Chi level
Almost satisfactory

CONTACT
PHONE +50 123 456789
EMAIL master@chi.com
ADDRESS 123 Street Name, City Name, State, Country, Q345



Master Chi.

Your Body Type

Your body type is **heuristic**. That's right, where you want to be "like work" right now you're standing in the middle of a high-rise stretched across two high-rise buildings, perfectly balanced in the middle. How did you get there? Smart choices about diet, exercise, stress, stress management, and other healthy lifestyle habits. What's your next step? You need to know to protect your health.

heuristic symptoms. With a heuristic body type, you wake up feeling rested most days, and have plenty of energy to work, play, and exercise. You rarely experience aches and pains. Your mind is sharp. And your body has the vitamins, nutrients, and energy to help you avoid getting sick. You're at the centerpoint of the rightness, perfectly balanced for the moment.

heuristic guides. It's you. When you have a heuristic body type, you're making smart choices, eating right, getting enough sleep, staying active, and managing stress in healthy ways. Your body's energy levels are balanced. You're doing well. But when life happens, will you be able to maintain your balance?

Visualizing your energy and balance

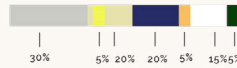
Your chi score 40 which means that you are in a satisfactory condition. If you get sick, your body will probably have enough energy to fight the disease and recover faster than people with lower chi levels.



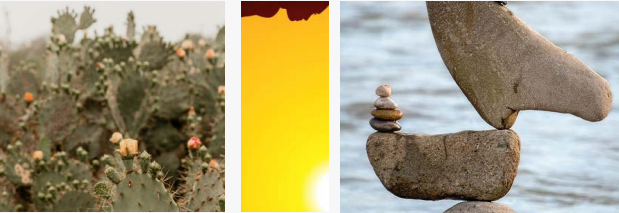
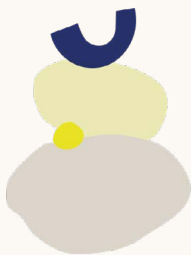


Black	White	Colour 01	Colour 02
RGB 00, 00, 00	RGB 255, 255, 255	RGB 240, 78, 69	RGB 253, 186, 99
CMYK 00, 00, 00, 100	CMYK 00, 00, 00, 00	CMYK 00, 85, 75, 00	CMYK 00, 30, 70, 00
HEX #000000	HEX #ffff	HEX #ef4e45	HEX #fcb663

COLOUR USAGE RECOMMENDATION (APPROXIMATE RATIO FOR ARTWORK):



Master Chi. **Master Chi.**



Judith Montens

Works



Judith Montens

Aandachtproof

Branding

Aandachtproof is a caterer of Arabic cuisine without artificial additives, pure and fine ingredients and the taste of 1001 nights. Besides catering and week menus Aandachtproof is working on cooking workshops and tasting garden where groups can taste and experiment with fresh food from the garden.

I was asked to design a new logo and illustrations for the website. The starting point for the logo was the word 'aandacht' which means care. The juice of a lemon or lime that gives that little bit of extra, the icing on the cake, the attention! One last pinch of spices, everything to perfection and seasoned with care. The bowl or circle as a metaphor for the plate, the serving plate, the tajine and the cooking pot.

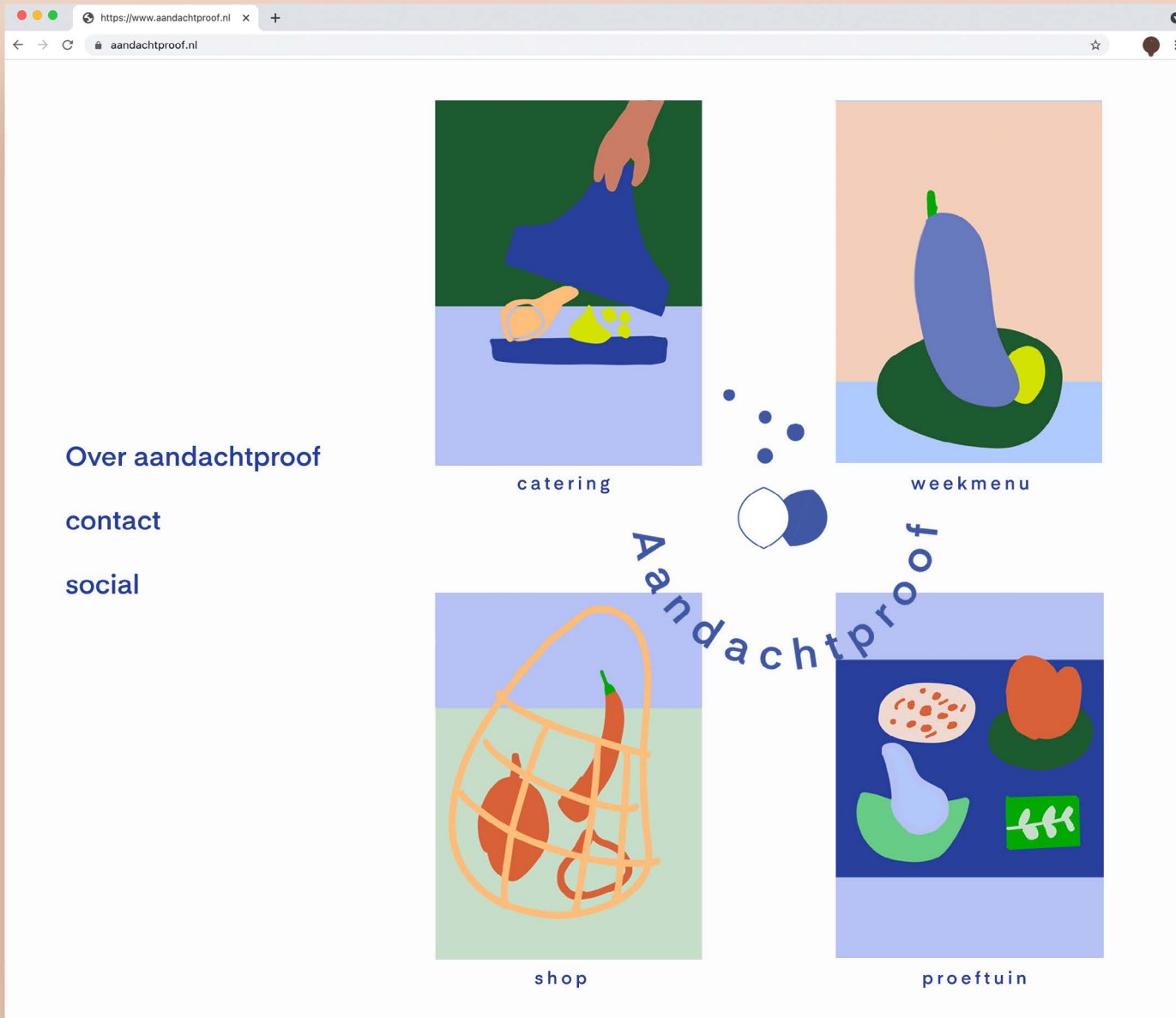
The colour palette for the illustrations I depicted from the aubergine, the beautiful purple which comes in many 'purples'. Next to this, vibrant colours representing the fresh food. Patterns are also an important part of the arabic culture. With the graphic elements of fruit herbs and veggies, I made a pattern for the business cards.

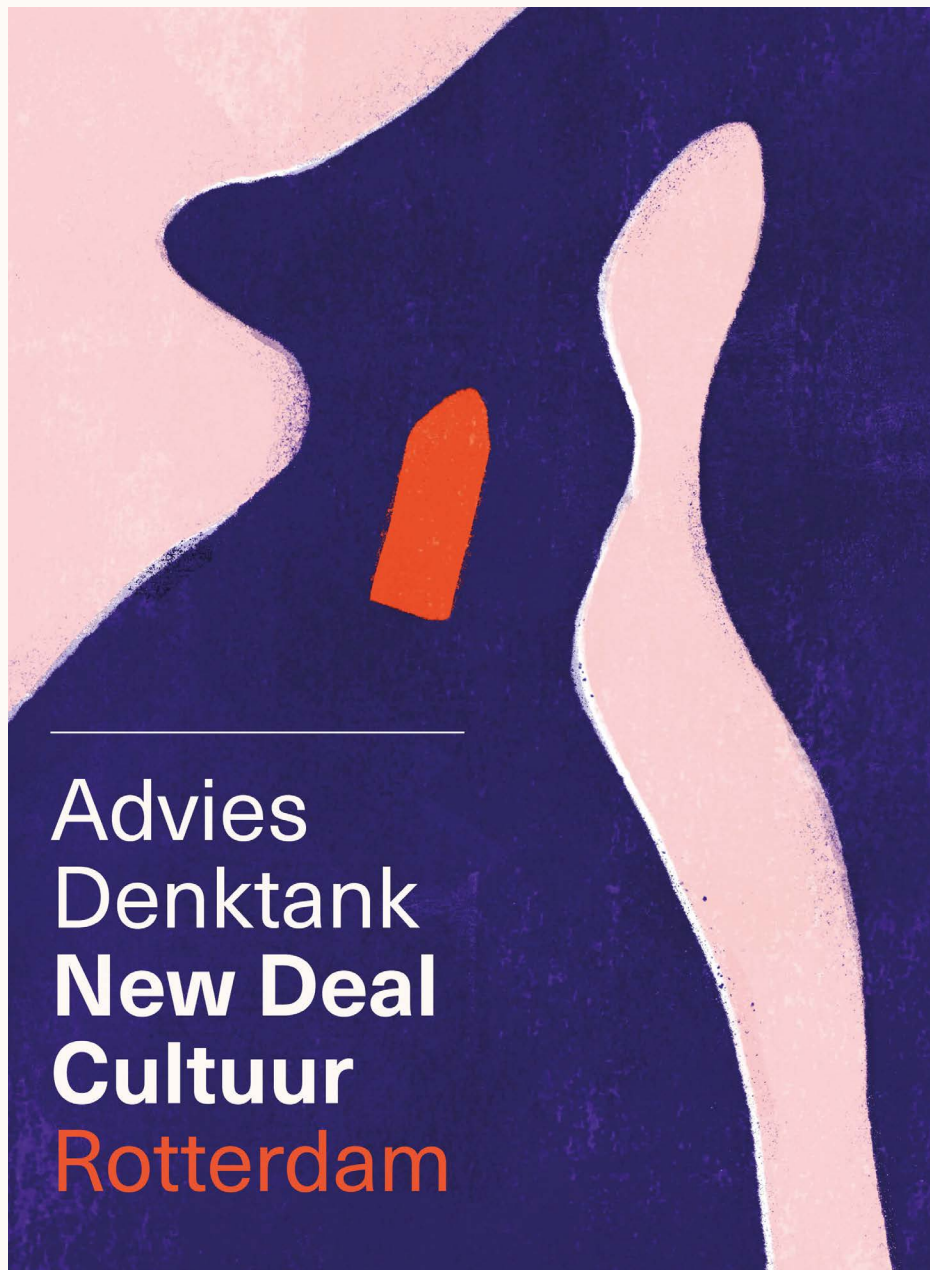
Date: 2021

Role: Logo design, look and feel website, illustrations

Client: Aandachtproof

Works





Advies
Denktank
New Deal
Cultuur
Rotterdam

Judith Montens

Advice Denktank

Advice report

The Rotterdam 'Denk Tank' New Deal Culture, helps the cultural sector to get out of the critical situation caused by the covid situation. The 'Denk Tank' consists of a group of people who initiate experiments and innovative programs and advise the municipal authorities and the cultural sector on long-term measures. The intention with the report is to inspire, encourage and motivate to action and cooperation, to make the Rotterdam cultural sector more resilient, agile and resilient from the corona crisis.

Taking as inspiration the scenes of Rotterdam, the water, the harbour, the boats as a metaphor for moving forward and reflection. I created illustrations where everything is possible, when connecting together so dreams can come true.

Date: 2021

Role: Illustration Print Design.

Client: Mosterd & co - Gemeente Rotterdam

Works



Judith Montens

Works

EU Sustainability Reporting

What does your company need to do?

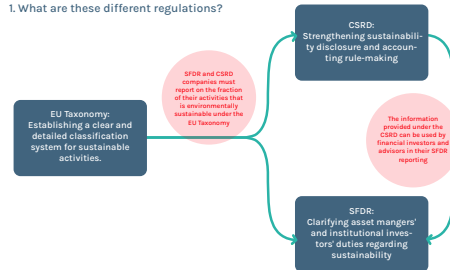


**AABEL
SALACIA**

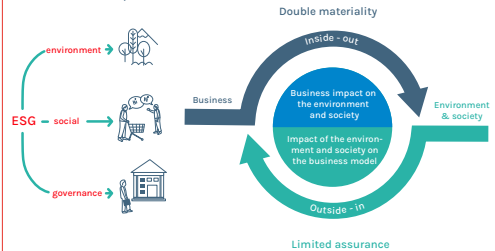
EU Sustainability Reporting landscape

The EU has recently implemented or proposed the CSRD, SFDR, and the EU Taxonomy. These regulations are all explained in depth in the whitepaper 'Sustainability Reporting: What does your company need to do?'

1. What are these different regulations?

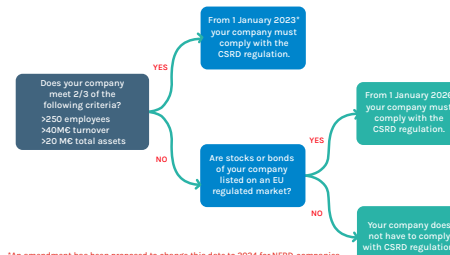


2. What are the important elements?



3. Who do these regulations apply to?

The SFDR applies to financial market participants and financial advisors. The following flowchart makes clear which companies need to comply to the CSRD.



*An amendment has been proposed to change this date to 2024 for NFRD-companies 2025 for large companies not obligated to report under the NFRD now.

4. What are the important steps your company has to take now in order to comply?

1. Assess data requirements
2. Materiality analysis
3. Map economic activities
4. Collect data
5. Set targets
6. Strategy & risk assessment
7. Discuss with accountant
8. Disclose
9. Improve and update

See the whitepaper for a more detailed description and the steps to comply with the SFDR.

REBEL STUDY WEEK

Study week poster and flyer

A poster for social media and flyer to attract student to come and work for Rebel

Date: 2022

Role: Editorial, Print Design

Client: Rebel



Judith Montens

Kom jij bij Rebel werken?

Iedere Rebel heeft een specifieke mix aan skills in huis. Onze skills zijn altijd in ontwikkeling. Per project kiezen we de beste formatie voor de grootste impact.

Onze skills

- strategisch advies & ontwikkeling
- bedrijfsanalyses & evaluatie
- partnership consulting & contracten
- partnership consulting & contracten
- financieel advies & modellering
- investeren & fondsbeheer

Rebels maken impact door vastgeroeste patronen te doorbreken en de wereld met verfrissende inzichten te verbeteren. En dat is precies de reden waarom Rebel altijd opzoek is naar nieuw talent. Wil jij Rebel met jouw ideeën komen versterken?

Ben jij:
authentiek, intelligent, nieuwsgierig, creatief, eigenwijs, rechtvaardig, humoristisch, anarchistisch, ondernemend, overtuigend, niet bang om in het diepe te springen, eerlijk, benieuwd, coöperatief, geen nummer, vrijgevig, ongeduldig, in voor een feestje, voortvarend, enthousiast, gedreven, eigenaardig, maatschappelijk betrokken, leuk, klaar om ervoor te gaan, avontuurlijk, uniek, een opiniemaker, ambitieus en geen liefhebber van kantoorpolitiek? Dan is werken bij Rebel iets voor jou!

Rebel heeft geen standaard carrière-pad. Jij bepaalt zelf hoe hard je groeit en waar je interesse ligt. Binnen een team kun je van junior naar mediator naar senior doorstromen. Maar je kunt ook binnen twee jaar een eigen Rebel-BV opzetten als je daarvoor een goed plan hebt. Echt, het kan!

Een keer verder praten? Neem dan contact op met:
info@rebelgroup.com of tim.Overgaww@rebelgroup.com

ABBELEL www.rebelgroup.com

Scan de QR voor een overzicht van onze projecten

Works

Psst... mogen we je even storen?

Fijn dat je zo lekker zit te studeren tijdens het studieweekend bij Rebel. Hopelijk vind je ons kantoor een prettige plek om te werken.

Word jij de volgende Rebel?

Wij zijn in elk geval blij je hier te mogen ontvangen. En vertellen je graag wat meer over ons bijzondere bedrijf. Want wie weet zijn we na jouw studie wel de perfecte plek om jouw professionele leven te starten.

Creative analytic thinking

ABBELEL

REPORT DESIGN

Report design for a financial mediation business plan

Date: 2022

Role: report design layout

Client: Rebel

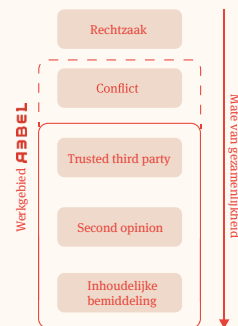
Financial Mediation voor een gedragen oplossing



Financial mediation in drie varianten.

Onze inzet verschilt afhankelijk van de mate waarin opdrachtgevers gezamenlijk optreden. Het meest vergaande is een inhoudelijke bemiddeling. Partijen geven aan dat ze er inhoudelijk niet uitkomen. Gezamenlijk vertrouwen ze op onze analyse, en deze analyse nemen ze over. We baseren die analyse natuurlijk niet alleen op cijfers, maar ook op gesprekken met alle partijen, individueel en gezamenlijk.

Een andere route is een second opinion. Daarbij heeft een van de partijen bijvoorbeeld een businesscase uitgewerkt. Maar de andere partij vertrouwt de uitkomsten niet helemaal, bijvoorbeeld omdat men achterliggende belangen vermoedt. Partijen kunnen ons dan gezamenlijk inschakelen om de businesscase te beoordelen.



Tenslotte: partijen kunnen ons inschakelen als "trusted third party". Dat doen ze als een analyse gedaan moet worden op basis van cijfers die de partijen hebben, maar die ze niet aan elkaar willen of mogen verstrekken. Denk aan concurrentiegevoelige kostenposten. Wij verzamelen dan gegevens van alle partijen en rapporteren over de resultaten, zonder dat de inputs herleidbaar zijn.

2

Wat zijn de randvoorwaarden?

Financial mediation biedt geen oplossing voor elk meningsverschil. Om een financial-mediation-traject af te kunnen sluiten moet aan een aantal randvoorwaarden worden voldaan. Die randvoorwaarden liggen bij ons, maar ook bij onze opdrachtgever(s).

Idealer verstrekken de opdrachtgevers een gezamenlijke opdracht aan ons, en betalen ons ook gezamenlijk. De realiteit bij publieke opdrachtgevers is echter vaak zo dat dit niet kan. Er zijn gradaties: samen vertrouwen uitspreken in zowel proces als mediator, en aan de slag gaan; samen opdracht formuleren en uitvragen (de mediator kan eventueel een eerste concept van de opdracht uitschrijven); samen contracteren en betalen.

Nodig is dus in ieder geval dat het opdrachtgeverschap gezamenlijk vorm wordt gegeven. Bovendien moet er een gedeeld beeld zijn van de aard van het meningsverschil. Een andere randvoorwaarde is dat het traject relatief vastomlijnd moet zijn: maximaal 5 tot 8 gezamenlijke sessies; binnen circa 3 maanden moet je eruit zijn. En de uitkomst is voor partijen niet vrijblijvend.

Checklist

- 01 De financial mediator heeft een expliciet mandaat van alle partijen.
- 02 De partijen vertrouwen op de inhoudelijke deskundigheid en onafhankelijkheid van de mediator.
- 03 Het proces is van tevoren duidelijk en door alle partijen geaccepteerd.
- 04 De partijen geven het opdrachtgeverschap gezamenlijk inhoud.
- 05 Er is een duidelijke afspraak hoe wordt omgegaan met de resultaten van de analyse.

Casestudy 1: Businesscase OV-concessie

Een openbaarvervoerbedrijf en een provincie hebben een verschil van inzicht over de financiële gevolgen van het later gereedkomen van OV-infrastructuur dan gepland. Bij de start van de OV-concessie was voorzien dat bepaalde aanpassingen aan de infrastructuur drie jaar later gereed zouden zijn, maar dat bleek niet haalbaar. Daardoor heeft het OV-bedrijf nu hogere exploitatiekosten, waarvoor het gecompenseerd wil worden. Over de hoogte van die meerkosten, en over de wijze van compensatie, verschillen de meningen.

Rebel stond zowel de provincie als het OV-bedrijf bij door het opstellen van een neutrale businesscase over de hele looptijd van de concessie en het actief meedenken over de invulling van de compensatie.

Casestudy 2: Mogelijke subsidieverhoging van een museum

Een museum met een landelijke en internationale uitstraling vreest de komende jaren aanzienlijke financiële tekorten, met een mogelijk faillissement als ultiem perspectief. Om dit gevaar af te wenden heeft het museum een fors hogere exploitatiesubsidie dan voorheen bij de gemeente aangevraagd. Op verzoek van de gemeente heeft Rebel in nauw overleg met het museum de financiële situatie beoordeeld en een feitenrelas opgezet op basis waarvan de subsidieaanvraag is beoordeeld. Rebel acteerde daarbij als onafhankelijk derde, waardoor de rapportage door alle partijen gedragen werd.

Casestudy 3: Huisvestingskosten culturele instelling

De ondernemingsraad en de directie van een grote culturele instelling verschillen van mening over de kosten van huisvesting. In de ogen van de OR zijn die kosten buitenproportioneel hoog, en gaan ten koste van investeringen in de cultuurtaken van de instelling. Rebel maakte een financieel model waarin alle huisvestingskosten op verschillende manieren werden berekend en gepresenteerd, en besprak dit in een aantal sessies met de OR en de directie. Ook is een aantal huisvestingsscenario's - verhuizen, verhuizen - opgesteld en besproken. Uiteindelijk kwamen beide partijen tot een gelijk beeld.

Casestudy 4: Fairness opinion tripartite-overeenkomst OV-concessie

Rebel heeft voor een provincie en een OV-bedrijf een fairness opinion gegeven ten aanzien van de financiering van zero-emissiebusen voor een gegunde vervoersconcessie. De centrale vraag was of deze financiering kans van slagen zou hebben onder dezelfde financieringsvoorwaarden, maar met de impact van de onzekerheid van COVID op reizigersopbrengsten. Zo niet, dan zou dat een bevestiging kunnen zijn van de noodzaak tot een interventie. De provincie en het OV-bedrijf onderzochten hiertoe de ontwikkeling van een tripartite-overeenkomst, waarbij ook de financierer zou aansluiten - en waarmee de provincie in bepaalde zin financieringsverplichtingen zou overnemen van de vervoerder. Daarnaast keek Rebel naar de gepastheid en proportionaliteit van de inhoud van de tripartite-overeenkomst (met het oog op mogelijke staatssteunimplicaties).

3

REPORT DESIGN

Report design for a financial mediation business plan

Date: 2023

Role: report design layout

Client: Rebel, fietsersbond, Wandelnet



Judith Montens



Dilemma's

In de praktijk lukt het gemeenten en ontwikkelaars steeds vaker om principes zoals die uit hoofdstuk 2 toe te passen in hun ontwerp. Voor hen zit de grote uitdaging vooral in de vervolgstap: het realiseren van de principes in de praktijk. In dit hoofdstuk benoemen we een aantal veel voorkomende uitdagingen bij het in de praktijk brengen van de ontwerpprincipes. En benoemen we mogelijke manieren om daarmee om te gaan. Daarbij hebben wij ook de wijsheid niet in pacht. Niet op alle dilemma's zijn algemene antwoorden te formuleren.

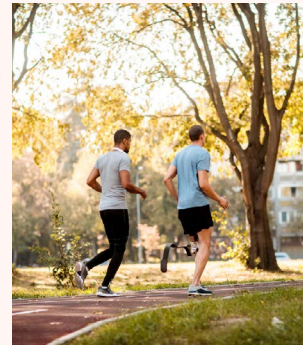
“Loop jij tegen andere zaken aan? Of heb je ideeën bij hoe met deze uitdagingen om te gaan? Laat het ons weten!”

1 2 3 4 5 6 7 8 9

IK WIL DE MENS CENTRAAL STELLEN, MAAR HOE DOE IK DAT ALS DE DOELGROEP VOOR DE GEBIEDSONTWIKKELING NOG ONBEKEND IS? EN HOE RICHT IK DE INFRASTRUCTUUR VOOR LOPEN, FIETSEN EN OV DAN IN? WANT WAT VOOR DE EEN AANTREKKELIJK IS, IS VOOR DE ANDERE ONTOEGANKELIJK. EN VICE VERSA.

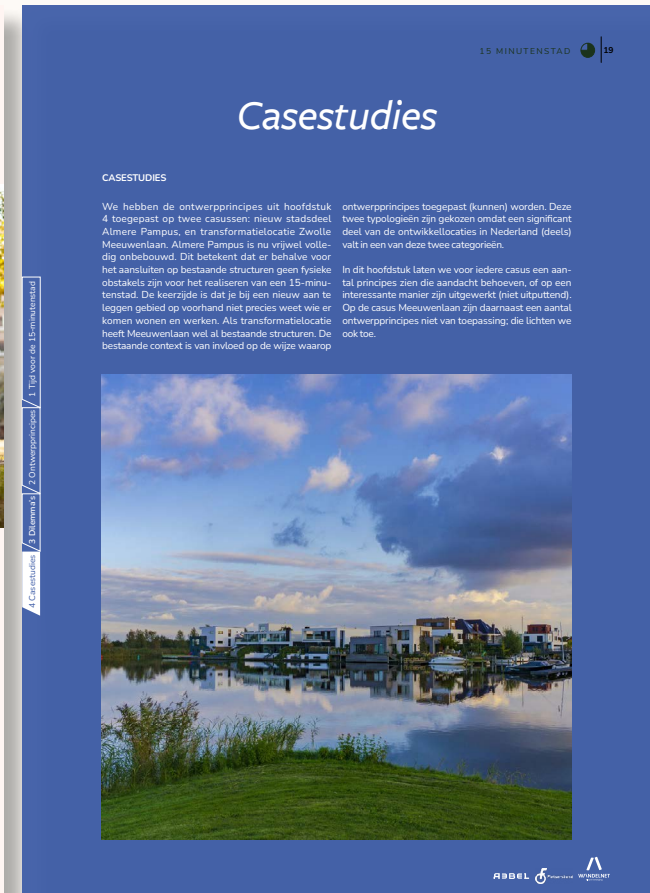
Om de mens centraal te kunnen stellen in gebiedsontwikkeling is het van belang de motieven, wensen en eisen van de toekomstige gebruikers van de openbare ruimte te kennen. Als nog niet bekend is wie de nieuwe bewoners/gebruikers van het gebied zijn, of het is duidelijk dat het een heel diverse groep zal worden, kunnen twee insteken worden gekozen:

1. Ontwerp een veilige infrastructuur voor de meest kwetsbare groep verkeersdeelnemers (kinderen, ouderen, mensen die hulpmiddelen gebruiken) en



2. ontwerp en ontwikkel de openbare ruimte zodanig dat de toekomstige bewoners die ruimte zelf voor een deel nog anders kunnen invullen en/of dat je het proces zo inricht dat de eerste 'opleving' van het gebied nog niet meteen het eindstation is. Dat maakt het mogelijk dat na een x-aantal jaar met de bewoners een (beperkt aantal) aanpassingen kunnen worden gepleegd die de infrastructuur en openbare ruimte aantrekkelijker maken. Dit zou met name kunnen gelden voor (delen van) de openbare ruimte die ontmoeting en verblijf als belangrijk(st)e functie hebben en die zijn voorzien van bankjes, openbaar groen, speelvoorzieningen etc.

Works



Casestudies

CASESTUDIES

We hebben de ontwerpprincipes uit hoofdstuk 4 toegepast op twee casussen: nieuw stadsdeel Almere Pampus, en transformatielocatie Zwolle Meeuwenlaan. Almere Pampus is nu vrijwel volledig onbebouwd. Dit betekent dat er behalve voor het aansluiten op bestaande structuren geen fysieke obstakels zijn voor het realiseren van een 15-minutenstad. De keerzijde is dat je bij een nieuw aan te leggen gebied op voorhand niet precies weet wie er komen wonen en werken. Als transformatielocatie heeft Meeuwenlaan wel al bestaande structuren. De bestaande context is van invloed op de wijze waarop

ontwerpprincipes toegepast (kunnen) worden. Deze twee typologieën zijn gekozen omdat een significant deel van de ontwikkellocaties in Nederland (deels) valt in een van deze twee categorieën.

In dit hoofdstuk laten we voor iedere casus een aantal principes zien die aandacht behoeven, of op een interessante manier zijn uitgewerkt (niet uitputtend). Op de casus Meeuwenlaan zijn daarnaast een aantal ontwerpprincipes niet van toepassing; die lichten we ook toe.



REPORT DESIGN HOSPITALS

Report design the EBIDTA

Date: 2023

Role: report design layout

Client: Rebel

Benchmark operationele marge Topklinische ziekenhuizen

Op basis van jaarrekeningen 2022



STZ-RANKING OP BASIS VAN EBIDTA-MARGE IN 2022

De hoogste EBIDTA-marge van 11,2% werd genoteerd door het Elisabeth-Tweesteden Ziekenhuis. De laagste EBIDTA-marge van 6,6% werd genoteerd door het Maastricht Ziekenhuis. Ten tijde van schrijven zijn de cijfers van HagaZiekenhuis en Gelre Ziekenhuis nog niet bekend.

De grootste stijger ten opzichte van vorig jaar met +11 procentpunt toename in EBIDTA-marge is het Amphia Ziekenhuis, dat stijgt naar 10,2% marge. Het Elisabeth-Tweesteden Ziekenhuis, dat twee jaar geleden in 2020 nog onder gemiddeld presteerde, toonde net als in 2021 een sterke groei van 0,9 procentpunt in 2022. Het is nu het best presterende ziekenhuis met 11,2% EBIDTA-marge. De grootste daler met -37 procentpunt EBIDTA-marge is het Albert Schweitzer ziekenhuis, dat daalt naar 7,2% marge door een forse afname van de overige bedrijfsopbrengsten in 2022. Het ziekenhuis zakt daarmee van één van de best presterende ziekenhuizen in 2021, naar het onderste kwartiel in 2022.

“We zien dat de daling met name plaatsvindt onder het middenveld van STZ-ziekenhuizen.”

HET JAARLIJKE BENCHMARKONDERZOEK VAN REBEL BIEDT INZICHT IN DE ONTWIKKELING VAN DE OPERATIONEL MARGE VAN DE NEDERLANDSE ZIEKENHUIZEN

In het jaarlijkse benchmarkonderzoek van Rebel bekijken we de ontwikkeling van de operationele marge (EBIDTA-marge, zie tekstbox) van de algemene ziekenhuizen en Samenwerkende Topklinische Ziekenhuizen in Nederland. Hiermee beogen we de financiële gezondheid van de ziekenhuizen in Nederland in kaart te brengen en om vroegtijdig financiële ontwikkelingen te signaleren en te duiden. Daarnaast kan de benchmark worden gebruikt om ziekenhuizen onderling te vergelijken en te analyseren waar prestaties van individuele ziekenhuizen kunnen worden verbeterd.

In deze rapportage komt de analyse van de jaarrekeningen van de Samenwerkende Topklinische Ziekenhuizen (STZ) aan bod. We analyseren de rapportages en jaarrekeningen van de “Jaarverantwoording in de zorg” van de 27¹ STZ - ziekenhuizen over 2022 en duiden de onderliggende ontwikkelingen.

De operationele marge - EBIDTA als percentage van de opbrengsten - geeft aan hoe effectief een organisatie opereert en is daarmee een belangrijke graadmeter van de financiële gezondheid van een organisatie. De EBIDTA is het bedrijfsresultaat voor aftrek van rentekosten, afschrijvingen en belastingen. De EBIDTA geeft daarmee direct inzicht in het primaire proces en de ontwikkeling van de kasstromen van de organisatie. Financiers volgen de ontwikkeling van deze ratio omdat het niet alleen inzicht geeft in hoeverre een organisatie aan zijn financieringsverplichtingen (rente en aflossing) kan voldoen uit het primaire proces, maar ook aangeeft hoe doeltreffend bijvoorbeeld besparingsprogramma's worden doorgevoerd. Financiers voegen geregeld convenanten op basis van EBIDTA toe aan nieuwe kredietovereenkomsten.

HET BELANG VAN DE EBIDTA-MARGE BIJ STIJGENDE KAPITAALLASTEN

Het toenemende prijspeil van investeringen en de stijgende basisrente leiden tot oplopende kapitaallasten voor ziekenhuizen. Dit benadrukt eens te meer het belang van een gezonde en stevige EBIDTA-marge. Want uit de EBIDTA-marge zullen de kapitaallasten gedekt moeten worden.

Een lagere EBIDTA-marge betekent dat er minder financiële ruimte is voor innovatie, investeringen en kapitaallasten. Investeren en innovatie zijn noodzakelijk om te voldoen aan de toenemende zorgvraag en om een stabiele en kwalitatief goede gezondheidszorg in Nederland te waarborgen voor de toekomst. Net als in de voorgaande jaren, zien we in 2022 een aanhoudende afname in de gemiddelde EBIDTA-marge in de sector.

In deze rapportage analyseren we de opbrengsten en met name de kosten die leiden tot de EBIDTA-margedaling. Daarnaast gaan we in op de mogelijke implicaties voor de toekomst van een dalende EBIDTA-marge.

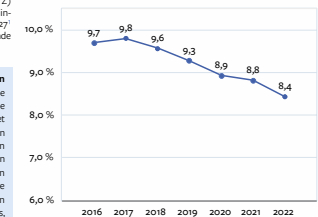
¹ Ten tijde van schrijven zijn de jaarrekeningen van Gelre Ziekenhuizen en Haga Ziekenhuis nog niet gepubliceerd. Deze maken geen deel uit van de analyse van 2022.

² Een toelichting op en verantwoording van de berekeningen zijn te vinden aan het eind van dit document.

DE GEMIDDELDE EBIDTA-MARGE VAN DE STZ DAALT ONVERMINDERD VERDER IN 2022

In 2022 is de EBIDTA-marge van de STZ gedaald van gemiddeld 8,8% in 2021 naar 8,4% in 2022. Een daling van -0,4 procentpunt is relatief fors ten opzichte van voorgaande jaren. Bovendien is de daling mogelijk een onderschatting gezien de jaarcijfers van twee ziekenhuizen in roerige tijden (Gelre Ziekenhuizen en HagaZiekenhuizen) nog niet beschikbaar zijn en niet zijn inbegrepen in de benchmark. Ondanks de sterke daling van de EBIDTA-marge, sluiten alle 25 geanalyseerde STZ-ziekenhuizen 2022 af met zwarte cijfers (positief netto resultaat).

STZ EBIDTA-marge 2016-2022 (in %)



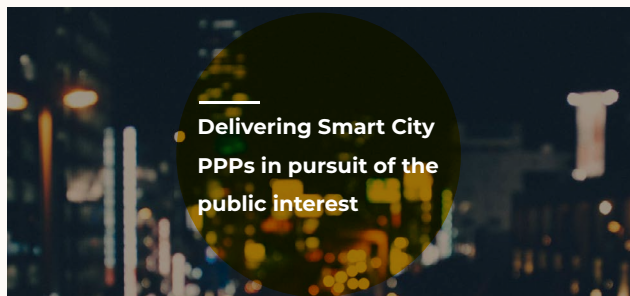
WHITEPAPER PPP

Report design for the ppp

Date: 2022

Role: report design layout

Client: Rebel



Traditional city planning is characterized by isolated functional and sectoral silos, on the basis of static and outdated data and information, without interaction with city stakeholders...

It is a common frustration for city managers anywhere in the world, that 'traditional' planning, implementation and operations/maintenance of urban infrastructure and services are limited by:

- A lack of 'natural' integration across functional and sectoral silos of city policy, planning and ongoing management;
- Absence of high-quality data on historic and ongoing performance and circumstances of urban assets and services;
- Often, absence of sufficient information analytics capabilities to guide planning and decision-making; and
- Limited interaction and therefore lack of a high-quality feedback loop between urban infrastructure assets and services and citizens, businesses and other stakeholders who use them and benefit from them.

...resulting in service and investment planning that is not focused on what citizens, businesses and civil societies need.

The traditional way of service and investment planning within a city is thus based on static data and information, locked in individual silos. This

prevents coordination and synergies between different silos within the city planning process resulting in a lack of focus on 'customers' (citizens, businesses and civil societies) and an absence of a customer feedback loop. Governments undertake developments inside a 'closed system', without externally led- and/or contributed-innovation. There is no integration or innovation across silos, and the static nature of these silos inhibits integrative 'deep' change that benefits the users of the city.

Smart city solutions offer ways to make better use of data and information in order to shift focus to 'customer' delivery.

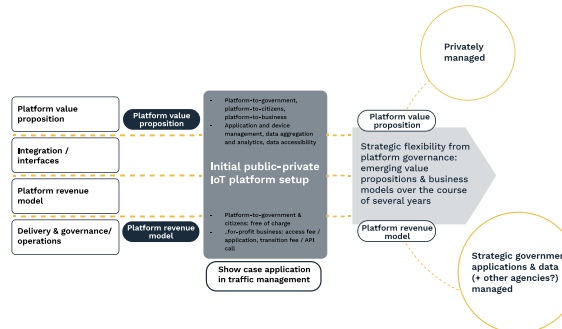
By introducing smart city solutions, a city can unlock data and information from individual silos, to better organize the structure and governance of data, services and 'customer' delivery, and to develop a veritable marketplace for data and information that enables innovative new service applications and solutions. All of which results in a substantial potential for step-change improvements in urban services and infrastructure planning, implementation and management.



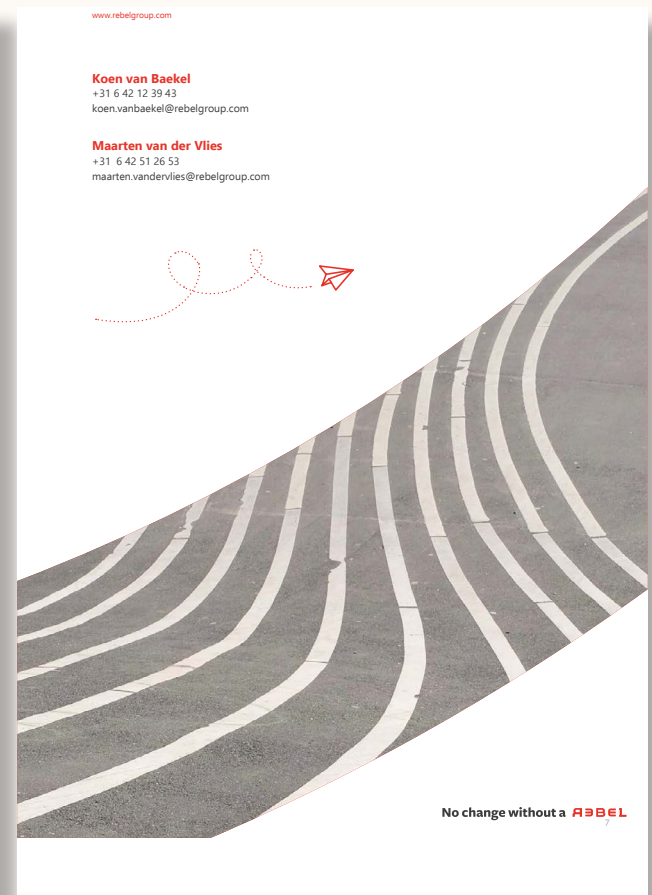
Potential applications of partnership approaches to Smart City transitions, from single asset/service cases to integrative ecosystem-based projects and programs include for example:

- Smart meters;
- Digitization of cash payments for transit;
- Mobility as a Service aggregators; and
- Smart City/IoT platforms.

Hypothetical IoT platform business structure



*Model Rebel



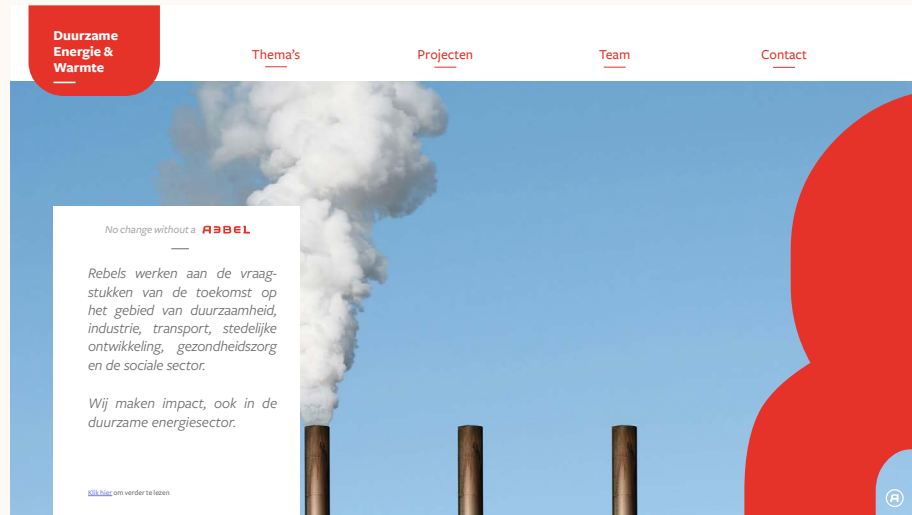
PRESENTATION ENERGY

presentation design

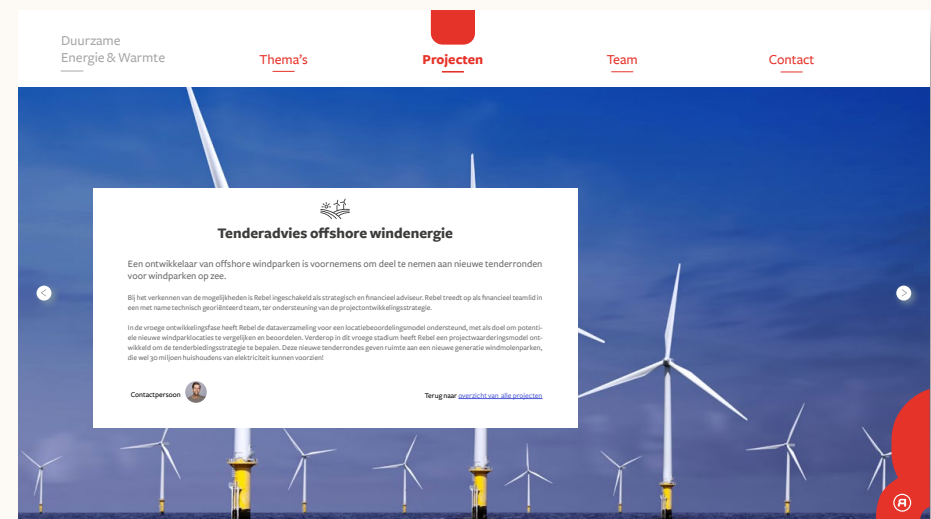
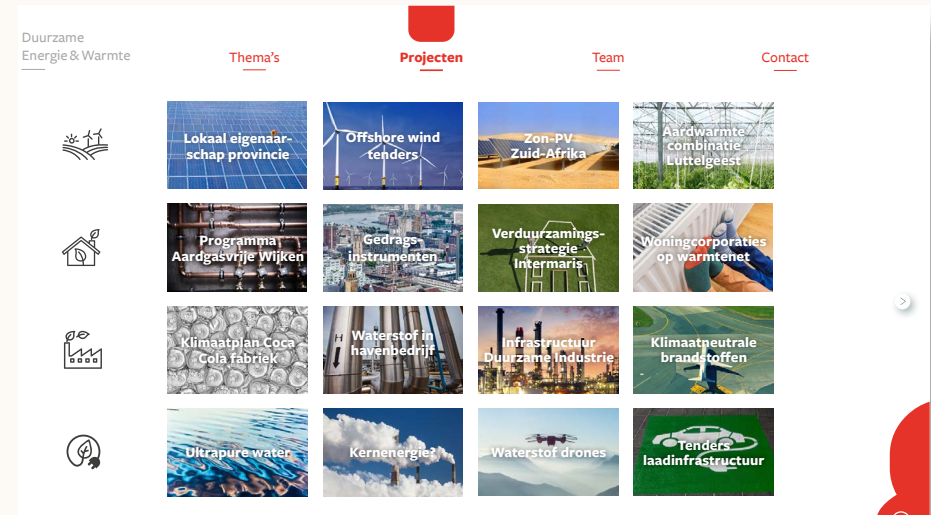
Date: 2022

Role: design layout

Client: Rebel



Judith Montens



Works

EBIDTA CAMAPPAIGN

Report social media campaign

Date: 2022

Role: report design layout, social media post design

Client: Rebel



Judith Montens



Works



CAMPAIGN AMIGO

Promote the Public Private Partnership

No change without a **A3BEL**

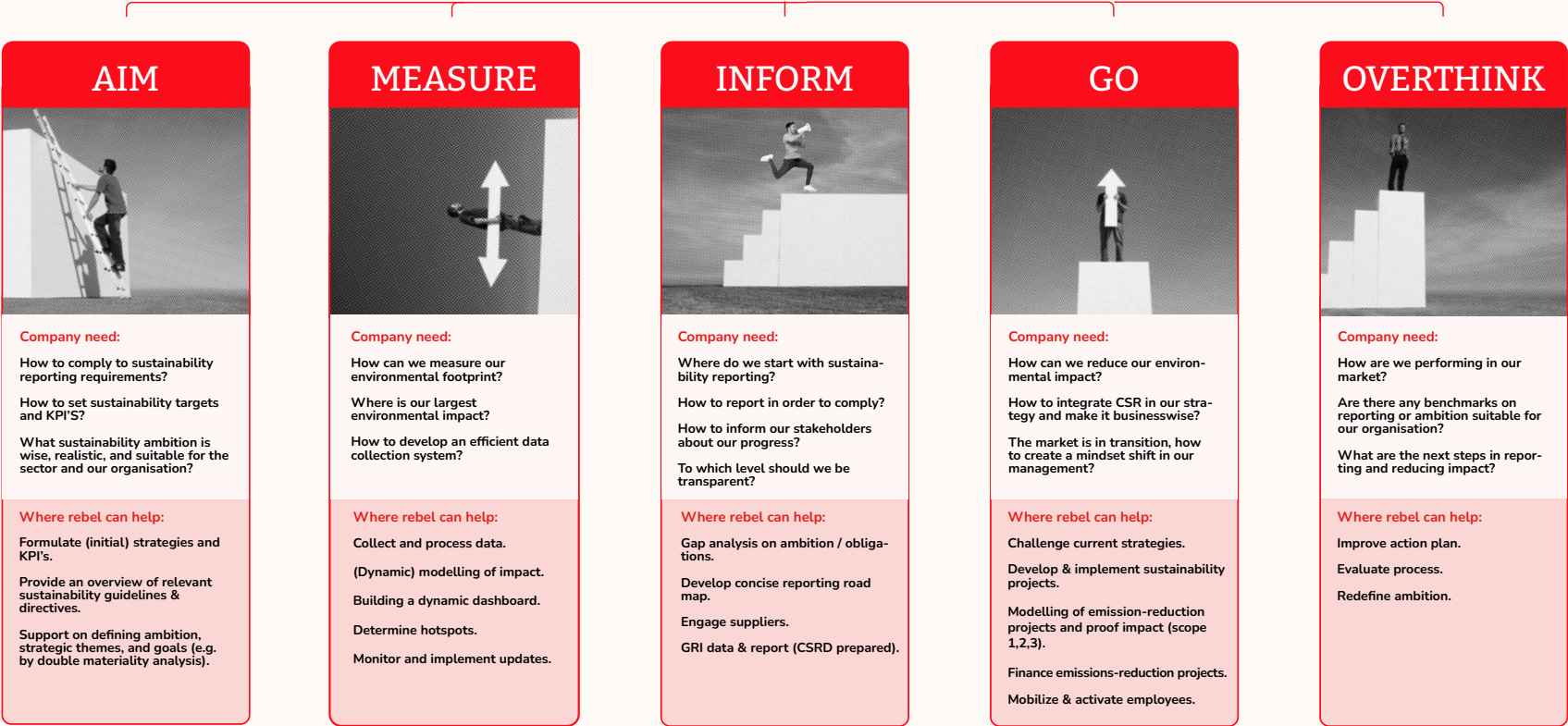
What does your company need to do?

Date: 2022

Role: social media posts & 'praatplaat' design

Client: Rebel

Challenge your current strategies. How to reduce the pain of sustainability reporting and gain strategic advantage? Rebel can help with the steps to take to comply with sustainability legislation and use it to speed up the path to net zero.



[Click here for projects OLX](#)

[Click here for project Smit & Zoon](#)

[Click here for project Coca Cola](#)

[Sustainability reporting EU regulations](#)

WONINGBOUW CAMPAIN

social media posts campaign

Post for social media to promote the vision of 'versnellen in de bouwsector'

Date: 2023

Role: digital design for social media

Client: Rebel



CIRCULAIR ECONOMY WEEK CAMPAIGN

Post for social media to promote the week of the circular economy

Date: 2023

Role: social media post designs & banners

Client: Rebel



Judith Montens



Works



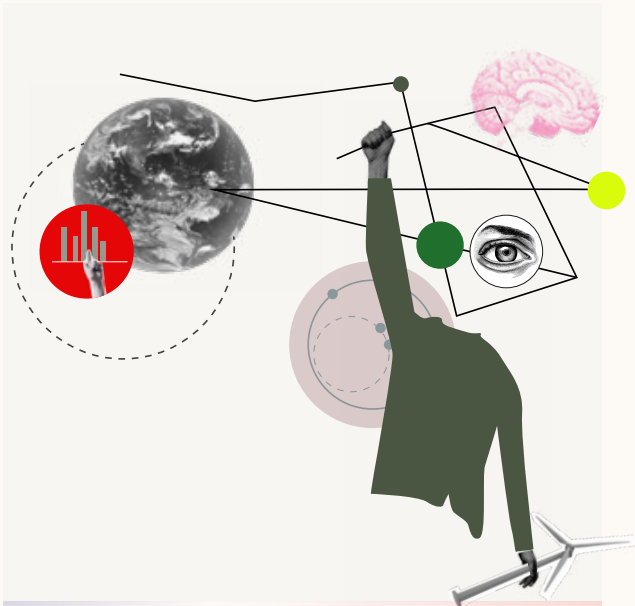
RECRUITING CAMAPAIQN

Recruiting students in Africa to work for Rebel Africa.

Date: 2022

Role: social media recruitment design

Client: Rebel



Rebels work on new approaches

Sed ut perspiciatis unde omnis iste natus error sit voluptatem accusantium doloremque laudantium, totam rem aperiam, eaque ipsa quae ab illo inventore veritatis et quasi architecto beatae vitae dicta sunt explicabo.

Judith Montens



Rebels work on impact

Sed ut perspiciatis unde omnis iste natus error sit voluptatem accusantium doloremque laudantium, totam rem aperiam, eaque ipsa quae ab illo inventore veritatis et quasi architecto beatae vitae dicta sunt explicabo.

Works



Rebels work global

Sed ut perspiciatis unde omnis iste natus error sit voluptatem accusantium doloremque laudantium, totam rem aperiam, eaque ipsa quae ab illo inventore veritatis et quasi architecto beatae vitae dicta sunt explicabo.

CAMAPaign PPP

Marketing campaign for ppp

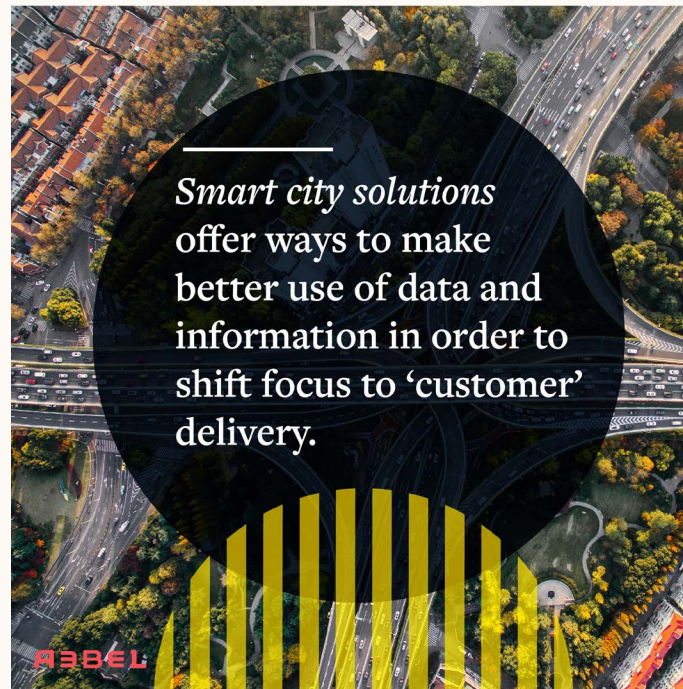
Date: 2022

Role: social media design

Client: Rebel



Judith Montens



Works



CAMPAIGN WOMEN'S DAY

Post for social media

Date: 2023

Role: social media posts and banner

Client: Rebel

Women at **AEBEL** ♀

“Through my work, I have expanded my knowledge and learnt valuable skills from my colleagues.

Coco Belgarrab



Women at **AEBEL** ♀

“I focus on making an impact by quantifying the environmental impact of clothing exchange.

Britt Zandbergen



Women at **AEBEL** ♀

“I will get to see my impact in cities I've lived in as open loop payments become increasingly available as fare media!

Angelly Tavor-California



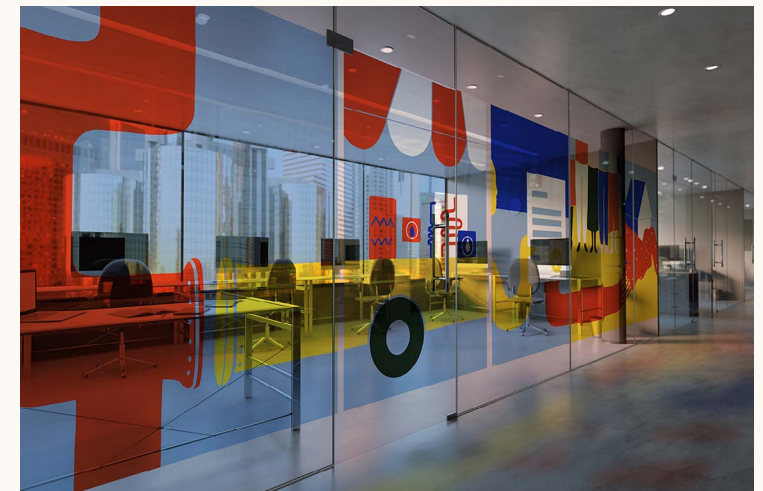
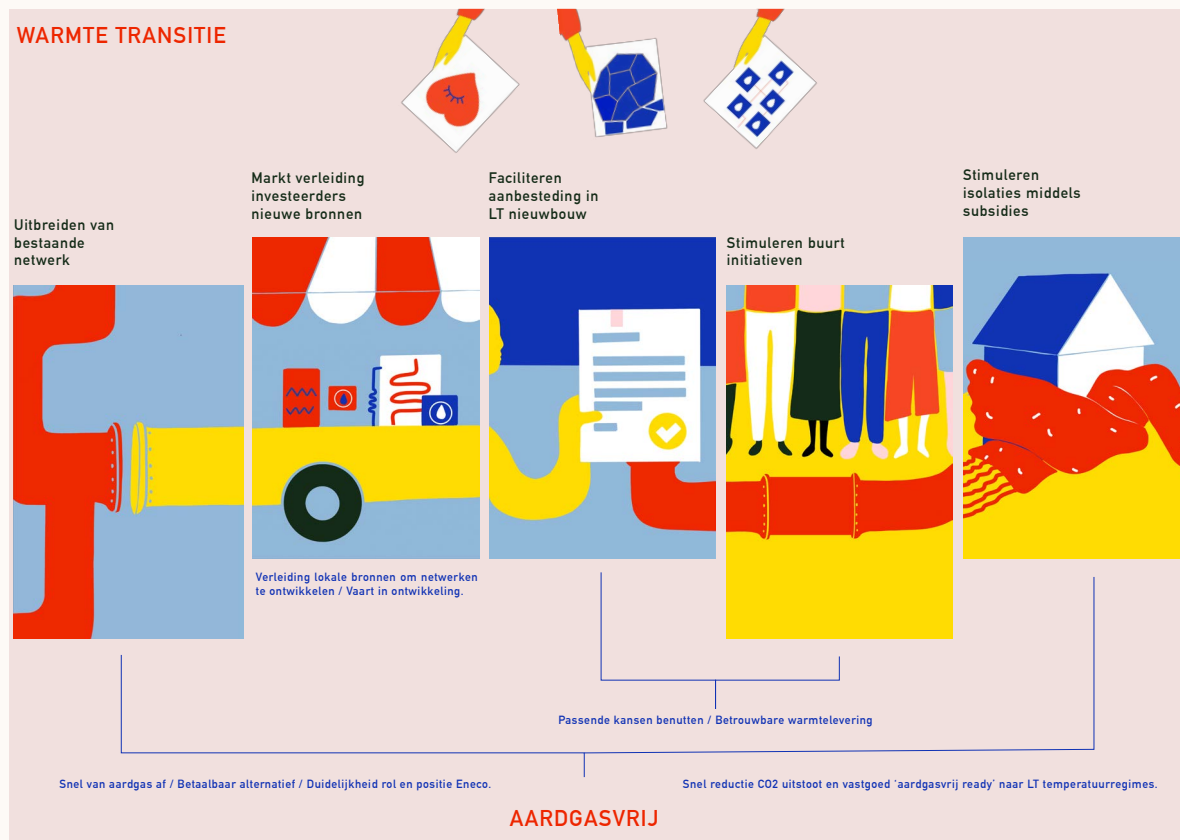
HEAT TRANSITION

Design Heat transition poster and window foli

Date: 2022

Role: graphic design

Client: Rebel



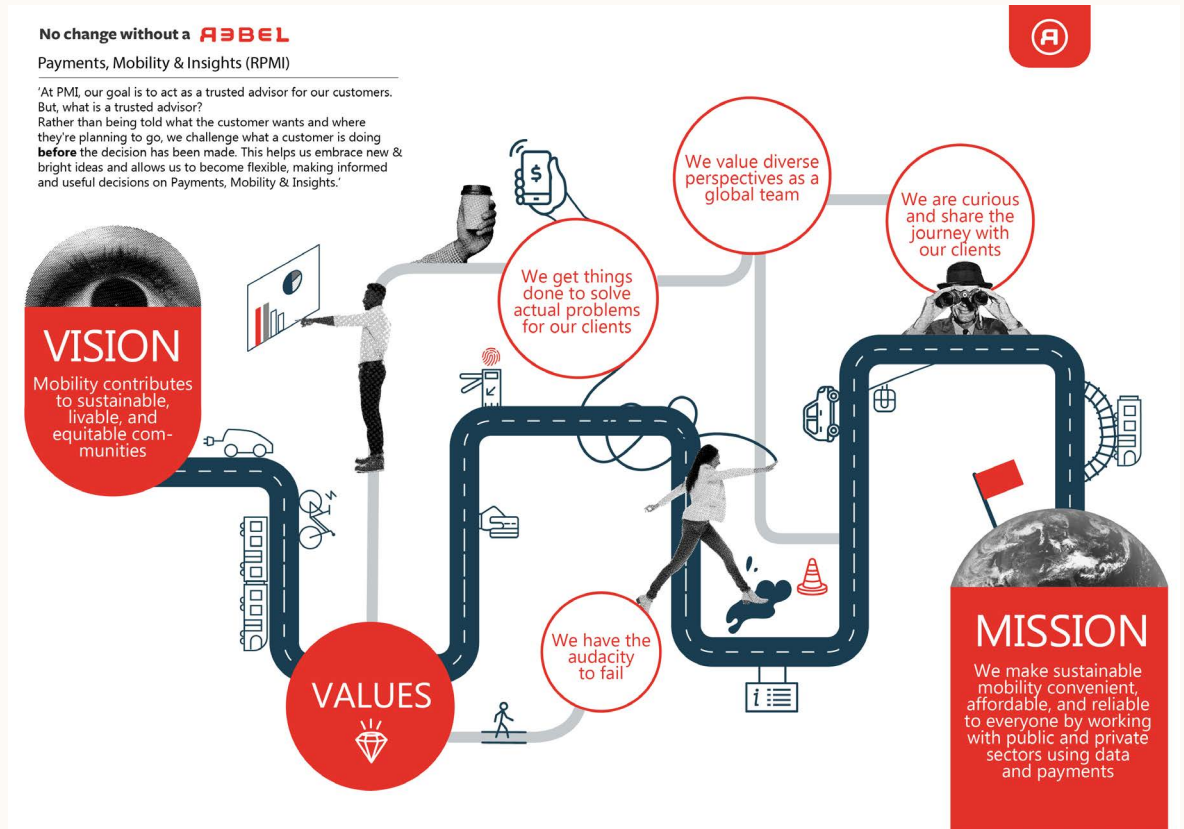
FLOW CHART

Flowchart for Rebel ticketing

Date: 2022

Role: Design flowchart of the values of rebel ticketing

Client: Rebel



Op weg naar één Regionale Huisartsenorganisatie: Huisartsenzorg West-Friesland (HWF)

Om de slagvaardigheid van de ondersteuningsorganisatie te versterken; namelijk door als Regionale Huisartsenorganisatie met vertrouwen op te kunnen treden namens de aangesloten huisartsen

Om het draagvlak van het regionaal beleid te versterken; door meer ruimte te maken voor inspraak door aangesloten huisartsen,

De regionale structuur meer eenduidig te maken; één organisatie, in plaats van dubbel werk bij de WFHO en ZWF

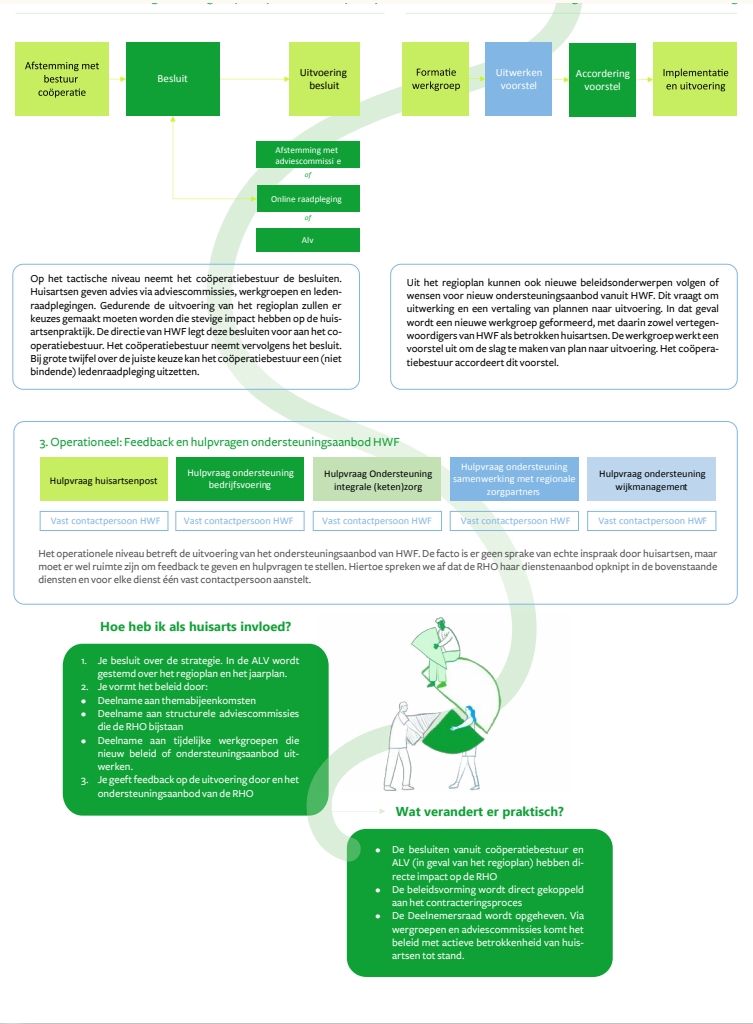
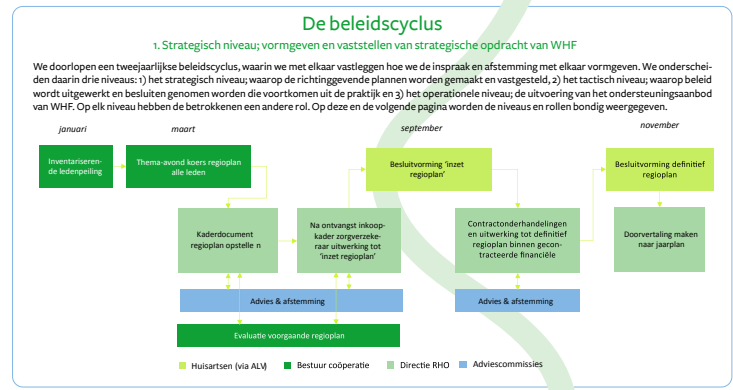
Hoe gaan we dit vormgeven?

- We creëren een formele relatie tussen de huisartsen en de regionale ondersteuningsorganisatie. De huisartsencoöperatie wordt (de enige) aandeelhouder en dus eigenaar van de nieuwe Regionale Huisartsenorganisatie.
- We onderscheiden binnen de nieuwe organisatie die 'betrokkenen': Aangesloten huisartsen, coöperatiebestuur en de directie van de RHO. Zij kennen elk hun eigen besluitvormende rol en verantwoordelijkheden.

De aangesloten huisartsen bepalen in de ALV de strategische opdracht aan de RHO via het regioplan en jaarplan. Het regioplan vormt de insteek voor de contractering met de zorgverzekeraar.	Actief bijdragen aan beleidsvorming en verbetering uitvoering door deel te nemen aan adviescommissies, werkgroepen, themabijeenkomsten en ALV's.
Het coöperatiebestuur besluit over keuzes van de RHO met grote impact op de huisartsenpraktijk die gedurende het jaar genomen moeten worden	Het organiseren van afstemming- en inspraak met aangesloten huisartsen
De directie van de RHO maakt de dagdagelijkse keuzes in de operationele uitvoering	Uitvoer geven aan ondersteuningsaanbod van RHO

Spelregels die we met elkaar afspreken

- Het inspraak- en afstemmingsproces volgt een tweemaaljarige beleidscyclus. Het regioplan bepaalt de strategie voor de komende twee jaar en vormt de input voor en uitkomst van de contractering met de zorgverzekeraar.
- Alle betrokkenen weten wat hun rol is in de uitvoering van het regioplan en geven elkaar daarbinnen de ruimte. Huisartsen geven het vertrouwen aan het coöperatiebestuur dat zij namens hen de juiste besluiten neemt en hierover duidelijk communiceert.
- Betrokkenen spreken elkaar op het navolgen van het proces en de daaraan verbonden verantwoordelijkheden. Indien betrokkenen hun verantwoordelijkheden omvoldende neemt, dan hebben de andere betrokkenen mogelijkheden om daar consequenties aan te verbinden. Andersom geldt; besluiten die volgens de beleidscyclus zijn genomen, worden achteraf niet ter discussie gesteld.
- Papier is mooi, praktijk is moeilijker (maar nog mooier). We gebruiken de komende twee jaar om expliciet en bewust te oefenen met de spelregels van de nieuwe organisatie.



SROI

Infographic of sport en beweging

Date: 2023

Role: Design

Client: Rebel

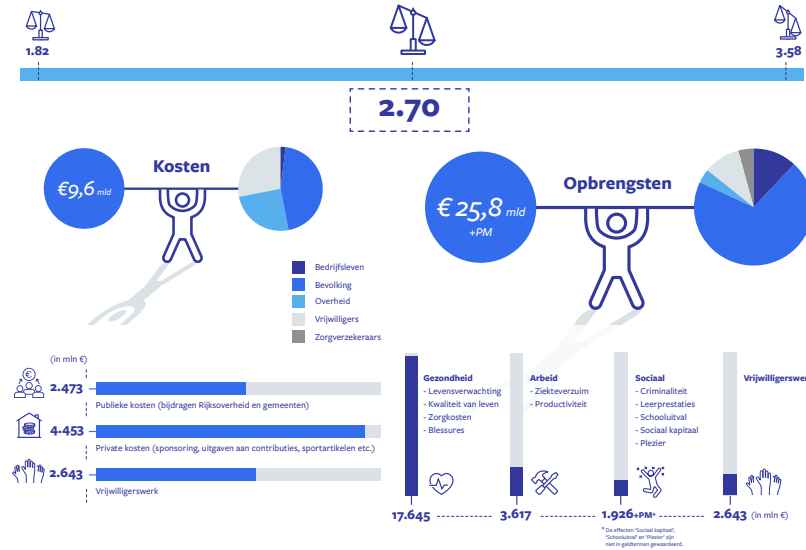
SROI

van sport en bewegen

De Social Return On Investment (SROI) is een manier om het maatschappelijk rendement van investeringen in sport en bewegen uit te drukken. Een SROI boven de 1 betekent dat de opbrengsten hoger zijn dan de kosten, dus dat de investeringen maatschappelijke meerwaarde opleveren.

De SROI van sport en bewegen

De SROI van sport en bewegen in Nederland wordt geschat op 2,70. De maatschappelijke opbrengsten zijn dus 2,70x zo hoog als de kosten en er is sprake van maatschappelijke meerwaarde. Uit eerder onderzoek volgt de waarde van sport en bewegen per individu, in een ruime bandbreedte. Rekenend met de laagste geschatte waarde wordt de SROI 1,82, met de hoogste waarde wordt deze 3,58.



SROI 2019 vs. SROI 2022

De SROI 2022 volgt drie jaar na de eerste SROI-studie in Nederland. Behalve het gebruik van nieuwe data zijn er in de afgelopen jaren ook nieuwe inzichten opgedaan, die leiden tot een verfijning van de rekenmethodiek. De belangrijkste staan hieronder. In paragraaf 5.1 van het SROI-rapport worden de aanpassingen ten opzichte van de vorige editie en hun impact toegelicht.



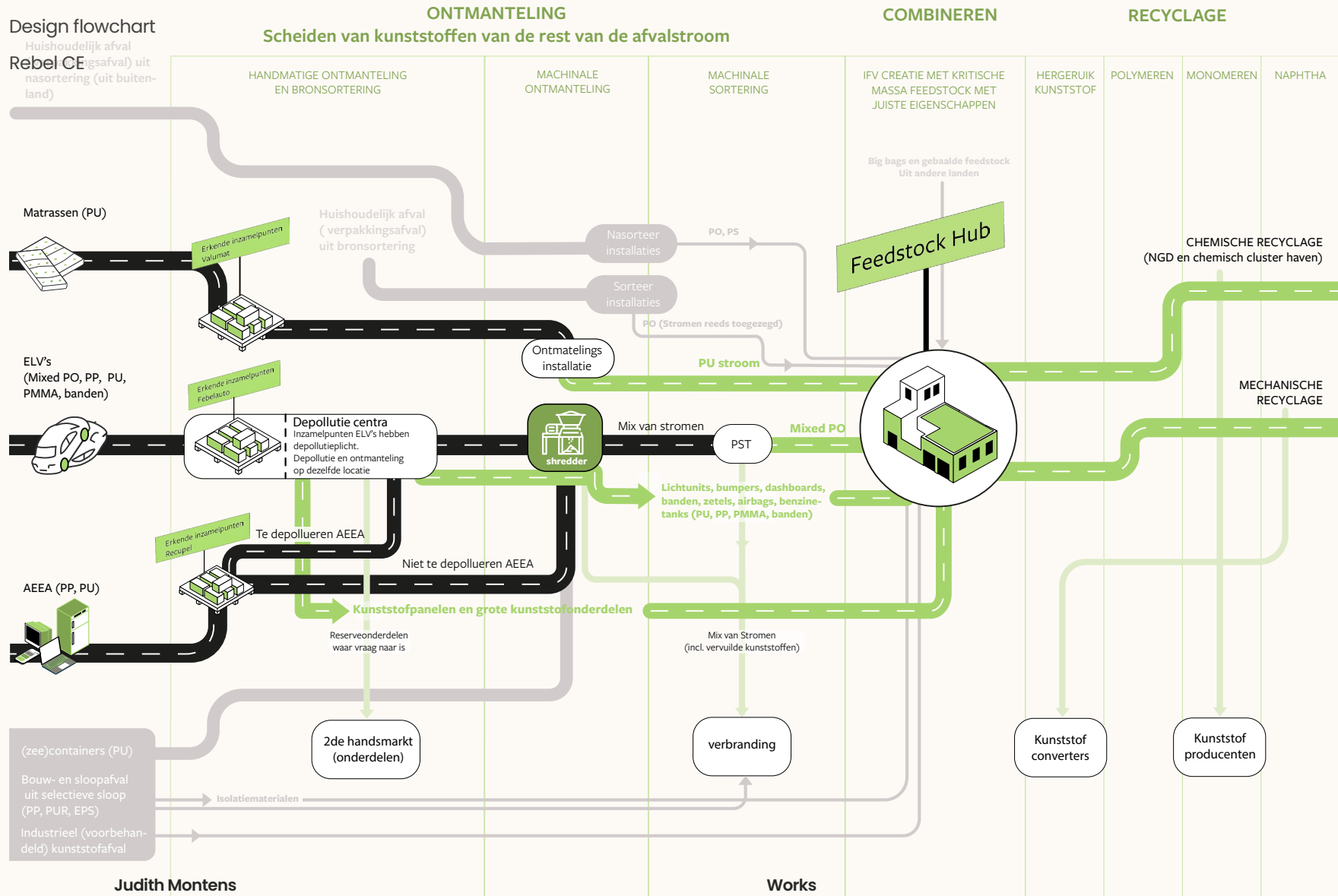
FLOW CHART CIRCULAR ECONOMY

Flowchart Circular system

Date: 2022

Role: Design flowchart

Client: Rebel CE (Huishoudelijk afval uit nasortering (uit buitenland))



HYPERLOOP CONFERENCE

Praatplaat / map

Date: 2023

Role: Design

Client: Rebel

Hyperloop Conference 2035 Theme: further integration of Hyperloop

Program main stage

- 9:00 Opening words by representative Benelux Hyperloop development
- 9:45 Further expansion of the Benelux system
- 11:45 Industry standards: further development and standardization of Benelux technology
- 13:45 Access for all: making Hyperloop affordable for all
- 14:45 Co-deployment, integrating Hyperloop with cross-border transport in the Benelux

Main stage

- 1. Main stage: keynotes by Benelux experts

Investors

- 2. Investors

Users

- 3. Industrial users connecting Benelux and Germany
- 4. User organizations cargo
- 5. User organizations person transport

Research organizations

- 6. Universities
- 7. Development centres
- 8. Innovation programs

Societal organizations

- 9. Nature integration
- 10. Advocacy groups

Development area

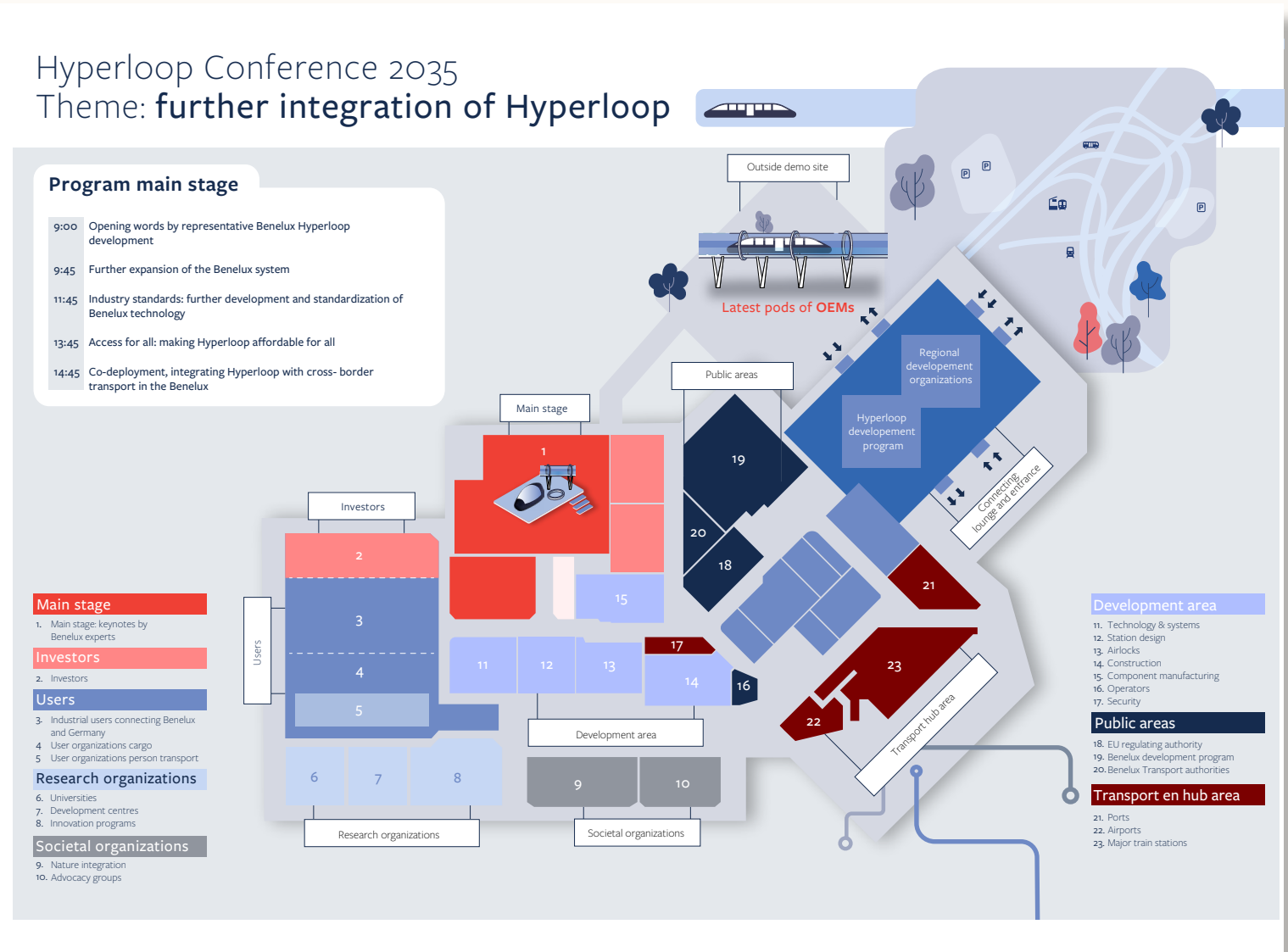
- 11. Technology & systems
- 12. Station design
- 13. Airlocks
- 14. Construction
- 15. Component manufacturing
- 16. Operators
- 17. Security

Public areas

- 18. EU regulating authority
- 19. Benelux development program
- 20. Benelux Transport authorities

Transport en hub area

- 21. Ports
- 22. Airports
- 23. Major train stations



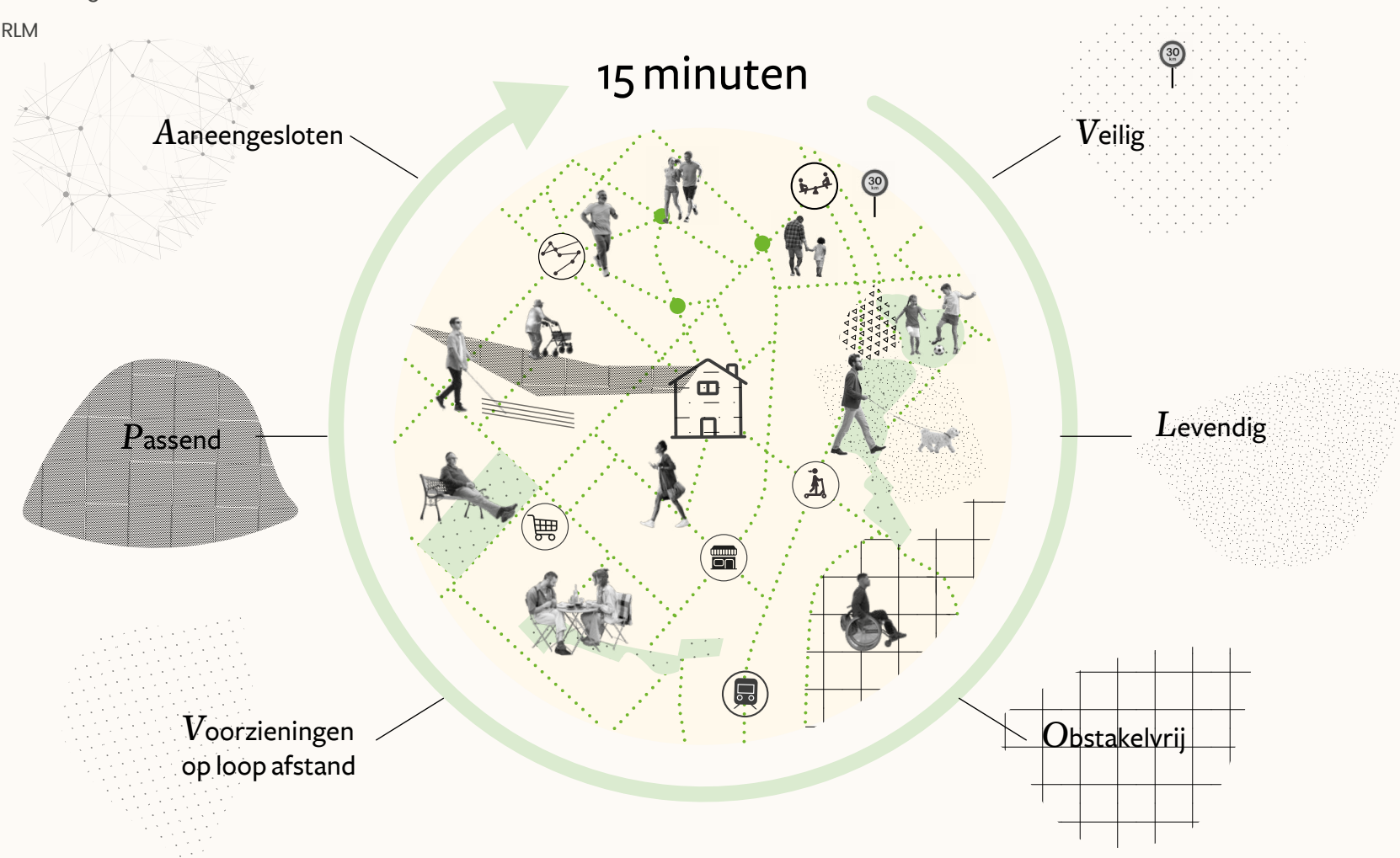
15 MINUTEN STAD

15 Minuten stad infographic

Date: 2023

Role: Illustration design

Client: Rebel RLM



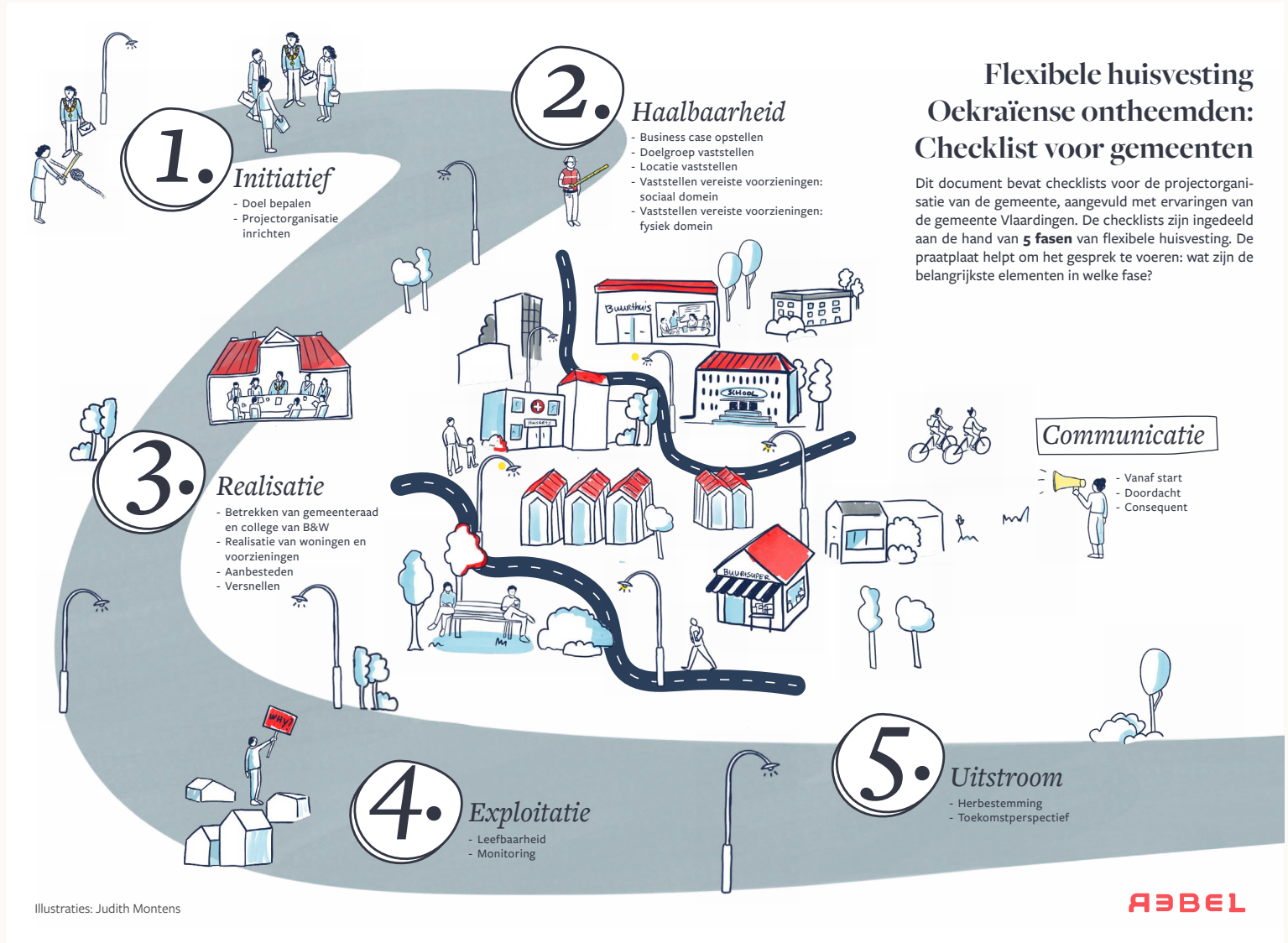
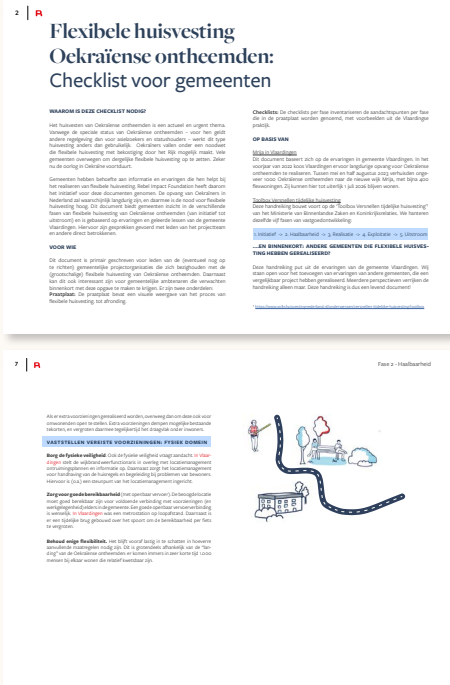
FACTSHEET GEMEENTE VLAARDINGEN

Praatplaat

Date: 2023

Role: Design

Client: Rebel RLM



Illustraties: Judith Montens

AABEL

PARKEER STRATEGIE ZWOLLE

Praatplaat

Date: 2023

Role: Ilustration design

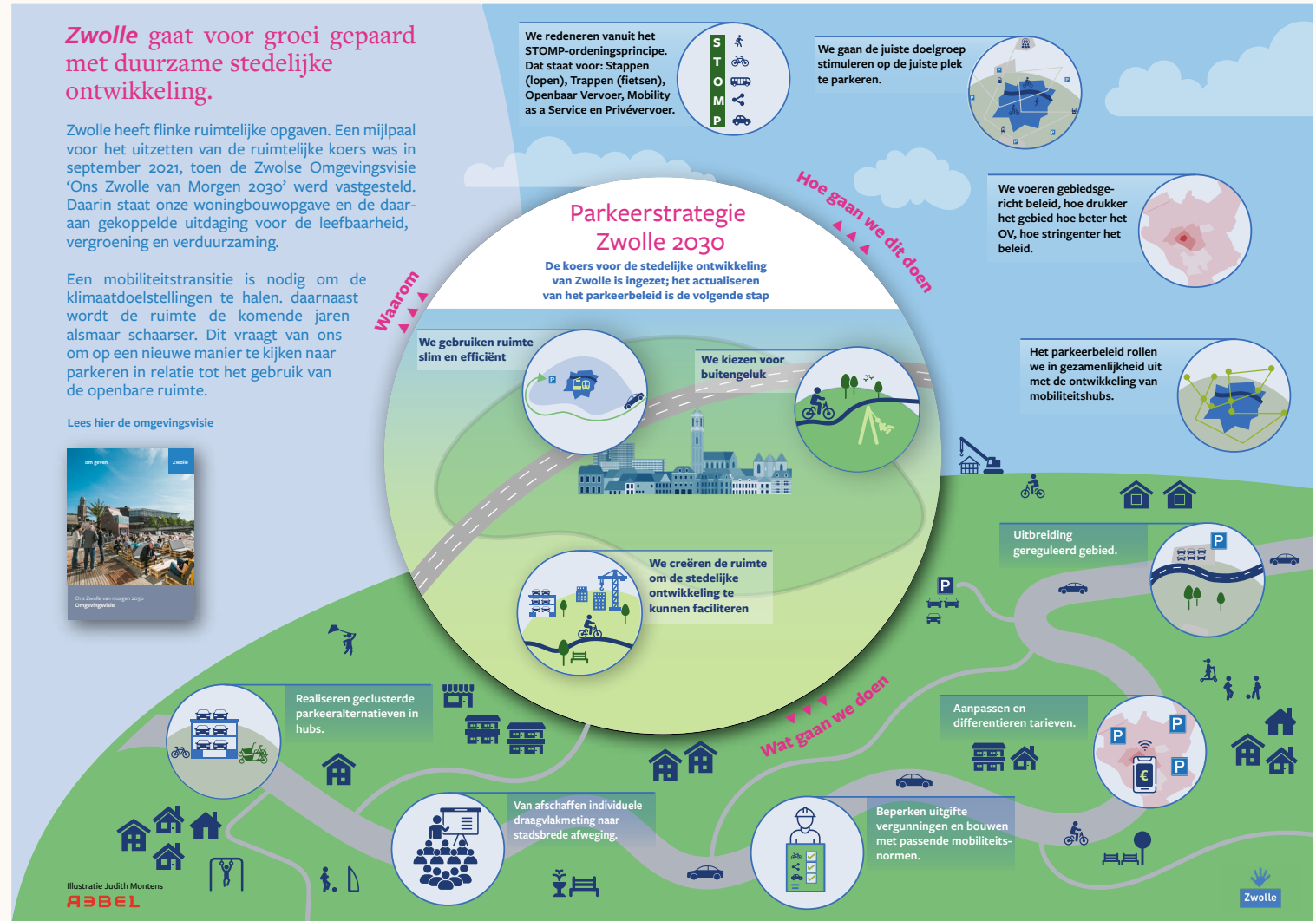
Client: Rebel

Zwolle gaat voor groei gepaard met duurzame stedelijke ontwikkeling.

Zwolle heeft flinke ruimtelijke opgaven. Een mijlpaal voor het uitzetten van de ruimtelijke koers was in september 2021, toen de Zwolse Omgevingsvisie 'Ons Zwolle van Morgen 2030' werd vastgesteld. Daarin staat onze woningbouwopgave en de daaraan gekoppelde uitdaging voor de leefbaarheid, vergroening en verduurzaming.

Een mobiliteitstransitie is nodig om de klimaatdoelstellingen te halen. Daarnaast wordt de ruimte de komende jaren alsnauw schaarser. Dit vraagt van ons om op een nieuwe manier te kijken naar parkeren in relatie tot het gebruik van de openbare ruimte.

Lees hier de omgevingsvisie



FACTSHEET SLEEPER

Report

Date: 2023

Role: Design report and illustrations

Client: Rebel

A

FACT SHEET SLEEPER ON DEMAND | 6



refurbishing these for passenger service – with both of these factors seen as hindering new entrants to the market¹⁶.

Where there is suitable second-hand rolling stock there is also evidence of increasing competition in the market reflecting the increased passenger trends and sleeper train services identified in this report. An example of competing behaviours for future services is where CD and ÖBB were investigated as to whether the existing rolling stock was withheld from a new market entrant¹⁷, potentially in breach of competition laws.

Considering all of the above we believe that as operators continue to expand sleeper train services and new entrants enter the market, there is a heavily restricted pool of suitable and available second-hand sleeper rolling stock. The available rolling stock is likely to be of a lower standard needing extensive refurbishment and is likely to be subject to a high level of competition for purchase. Steer's report provided two key considerations specific to new market entrants or the expansion of new routes with regard to the rolling stock:

These factors indicate a net reduction in the availability of second-hand rolling stock on the market which is challenging for any current operator to increase services or new entrants to join the market.

"Withdrawal of life-expired or un-refurbished vehicles may explain many of the night train closures between 2001 and 2019. In many countries, there has been a loss of carrier trains, formed of RIC conventional rolling stock, which allow portions of night trains to be added, at low cost, to other trains. In Denmark, France, Germany and Spain, conversion of day trains to fixed-formation trains has reduced the scope for night trains to share locomotives with day trains."

Additionally, any second-hand rolling stock which does exist may be of poor or mixed quality. For example, Steer's case study identified complaints about Renfe's low-floor Talgo rolling stock whereas it is commonly acknowledged that sleeper services in southeast Europe often fall below the quality of modern standards. Low quality existing rolling stock means that refurbishment is likely to be more extensive and with increased costs. The increased cost to refurbish existing rolling stock means there is less financial benefit, when compared to purchasing new rolling stock. This view is supported by a piece from Railtech (itself quoting multiple sources) which outlines the low number of second-hand rolling stock in the market and the costly sums involved in

1. Operators will usually test a new service with second-hand rolling stock to prove the business case before looking to purchase brand new rolling stock.
2. Where second-hand rolling stock is unavailable, there can be issues in raising the finance required for new rolling stock without a proven business case.

A combination of these conclusions means it is highly likely that there will be a high level of competition to secure the availability of any suitable rolling stock coming into the market in future years. Unsurprisingly, given the strain of the current market to service an increase in demand, there are several new rolling stock procurements underway and these are outlined in the next section, procurements underway and these are outlined in the next section.

"The uptick in passenger numbers combined with both the introduction of new routes and the lack of withdrawal of any current services indicates a profitable sleeper train market."

¹⁶ <https://www.railtech.com/rolling-stock/2022/06/29/rail-operators-want-to-run-more-international-trains-but-where-to-get-them/>
¹⁷ https://r3.eu-central-1.amazonaws.com/objects/marqweb.org/gifs/all/pdf/steer/steer/2023/03/2023-03-04_en_PRESS-RELEASE-A4-report-ONCC%2088888-CHCC%20agreement-to-eliminate-new-entrants-access-to-rolling-stock.pdf

Fact Sheet Sleeper on demand

VERSION: MID 2023



NO
CHANGE
WITHOUT
A REBEL
Rebels in strategy & finance

In Annex A we have identified that the publicly stated lead-in time is generally at an average of 3-5 years, given the likely stage in the procurement when these articles are published (i.e. generally after pre-procurement and design phases), we believe it is reasonable to assume that the total lead-in time for the procurement of a sleeper car is c.6 years in total.

CONCLUSION

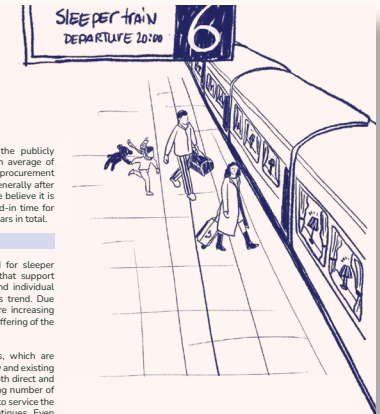
Rebel believes that passenger demand for sleeper services is continuing to increase and that support from both the European Commission and individual governments will further encourage this trend. Due to the increase in demand, operators are increasing sleeper train services and improving the offering of the existing rolling stock options.

The current rolling stock procurements, which are outlined in Annex A, will service both new and existing routes which are set out in this report. Both direct and indirect evidence support that the existing number of rolling stock is unlikely to be appropriate to service the future market if the current growth continues. Even when considering the delivery of new rolling stock and subsequent increase in the availability of second-hand rolling stock, we expect the long lead-in times will mean that the supply of new sleeper train rolling stock is likely to lag behind the increase in passenger demand for the foreseeable period.

Other factors that support the idea of new rolling stock being accepted onto the market include:

- We have seen an introduction of policies/laws preventing short-distance flights where train connections are possible. We expect that these policies/laws will be replicated in more European countries over time as they come under pressure to meet sustainability targets.
- The European Union has a goal to materially reduce greenhouse gas emissions by 2030, train travel as opposed to air travel is a great enabler of this.
- In some countries, we have seen government funding to support the introduction of sleeper services or the financing of rolling stock.
- There is a lack of spare sleeper rolling stock meaning that customers are often downgraded if there are any operational rolling stock issues, operators will want to reduce this impact to ensure returning business; and
- The European Union is also looking to increase competition on the railways under its fourth railway package, this is likely to increase open access paths and cross-border services which will benefit further sleeper train expansion.

¹⁸ This estimate does not consider any obsolete rolling stock removed over the same period
¹⁹ <https://black-on-track.eu/wp-content/uploads/2022/09/2023-03-17-EN-06-Preliminary-1.pdf>, page 31
²⁰ [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etubus/STUD/2023/47263/POL_STU\(2023\)47263_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etubus/STUD/2023/47263/POL_STU(2023)47263_EN.pdf)



To conclude, Rebel believes there is currently a buoyant market for sleeper rolling stock and all the indicators show that this is likely to be supported by continued future demand, and there is still plenty of opportunity for further routes to be introduced across Europe. Therefore, should rolling stock enter the market and unexpectedly be available it is highly likely that it would be purchased by the existing and future market, with a low risk of any discount sale required. The biggest risk to this is that the configuration of sleeper coaches is often ordered to measure to fit a commercial model. However, we believe that it is likely that operators will consider this as a lesser impact given a much reduced lead-in time for rolling stock, which is often several years, or the cost to refurbish any second-hand rolling stock. Available new sleeper rolling stock would be a rare opportunity to act dynamically to meet the current market demand ahead of competitors.

"There is still plenty of opportunity for further routes to be introduced in Europe."

WUR OFFICE BRANDBOOK

Date: 2023

Role: Concept design for the new branding of the WUR as well as the design of the presentation and brandbook

Client: Workwire

03.2 WANDAFWERKING

Wandafwerking schilderwerk
 Coördinatie kleuren en afwerking

Wandafwerking behang
 Wapenkleuren

Wandafwerking Vilt behang
 Wapenkleuren

basiskleuren

accentkleuren

Toepassing
 In de hallen worden worden voorzien van schilderwerk. In bestaande gebouwen waar kleine aanpassingen gedaan worden, is het bestaande te gebruiken. Bij het ontwerpen van de wandafwerking is het van belang dat in de ruimten waar rust gewenst is, wordt gecombineerd met ton en lichte kleuren, zodat de rust ook in de ruimte ervaren wordt. Daar waar meer rust of juist ontspanning, kunnen meer uitgesproken combinaties gemaakt worden.

Wandafwerking hout
 De wandafwerking in hout is gebouwebonden. Wanneer hout een onderdeel van de architectuur is, wil het van nature de wandafwerking dragen. Alleen in wandpanelen voor verandering van de afwerking in hout worden andere materialen gebruikt. Waar dit in het totaalbeeld past, dit doorzetten in de verschillende gebouwen.

Duurzaamheid
 In schilderwerk kan een groot verschil gemaakt worden door het kiezen voor een biobased en gezond materiaal, in plaats van een chemisch materiaal. Zo bestaat bijvoorbeeld uit een plant-baas grondstof en natuurlijke grondstoffen in plaats van fossiele grondstoffen en wordt het met groene energie geproduceerd. Het behang van Wapen behang is een vilt behang met 100% gerecyclede content. De drager is gemaakt van gerecyclede papier en wordt geproduceerd in Nederland.

Wageningen University & Research // Look & Feel

MOODBOARD // INGEZOOMD EN UITGEZOOMD EN BIOBASED

Uitgezoomd

Ingezoomd

Biobased

De mens en de natuur

In schilderwerk kan een groot verschil gemaakt worden door het kiezen voor een biobased en gezond materiaal, in plaats van een chemisch materiaal. Zo bestaat bijvoorbeeld uit een plant-baas grondstof en natuurlijke grondstoffen in plaats van fossiele grondstoffen en wordt het met groene energie geproduceerd. Het behang van Wapen behang is een vilt behang met 100% gerecyclede content. De drager is gemaakt van gerecyclede papier en wordt geproduceerd in Nederland.

Wageningen University & Research // Through the Looking Glass

03.3 AKOESTISCHE ELEMENTEN b. gestoffeerde wandpanelen geprint

Toepassing
 In ruimten voor samenwerking en ontmoeting kan een akoestische ingreep direct ook een uitgesproken aankledingselement worden, door het uitwerken van een top grafische print op deze op doek te printen en op een frame te spannen, krijgt de wand een dubbele functie.

Opbouw panelen
 De panelen worden opgebouwd uit een frame, gevuld met melisse PMA 45 gerecyclede lichte plaat omringd met stof, frame onzichtbaar. Melisse heeft een hoge absorptiewaarde in een wijde reeks van tonen en zorgt voor een betere akoestiek over het gehele frequentiebereik.

Duurzaamheid
 Gerecyclede textiel plaat is een duurzaam materiaal dat gemaakt is uit gerecyclede textielafval. Een alternatief op absorberend schuim dat van fossiele grondstoffen gemaakt wordt. Daarbij levert het een betere akoestische prestatie, houdt bij de fabricage de te printen stof ook rekening met de duurzaamheid en recycleerbaarheid van de stof.

Principe akoestiek en de rol van het plafond
 Bij het ontwerpen van een akoestisch absorberend plafond wordt 50% het aantal m2 van de ruimte (het plafondoppervlak) aan akoestisch materiaal met een NRC waarde van 0,9 toegevoegd in de ruimte. Vrijstaand of tegen de wand.

Wageningen University & Research // Look & Feel

04. SPECIALS

04. Specials

- 04.1 Identiteitsdragers
 - a. A0 researchposters
 - b. Totem

Wageningen University & Research // Through the Looking Glass

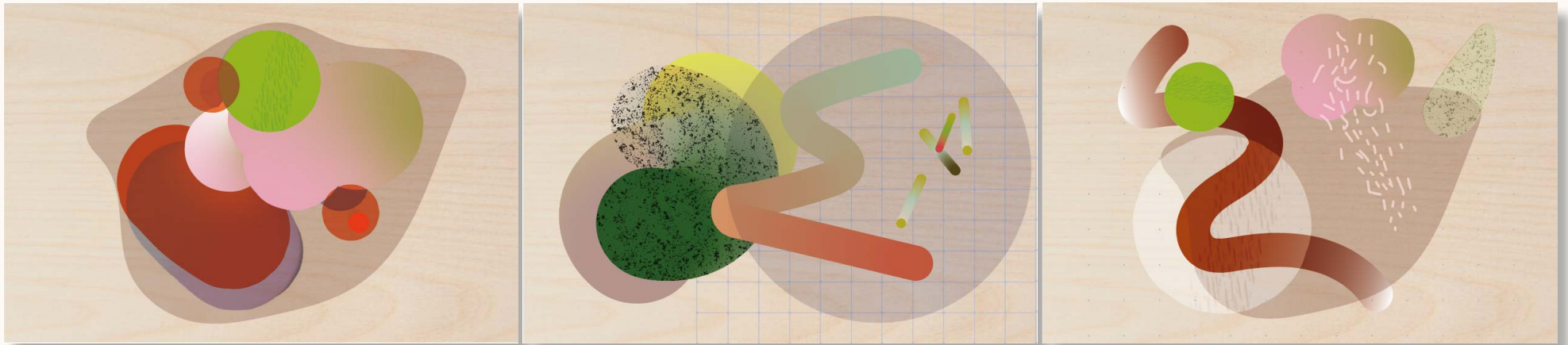
WUR ARTWORKS

Date: 2023

Role: Illustration proposal for acoustic printed panels as part of the Concept design for the new branding of the WUR.

Client: Workwire

concept 1



concept 2

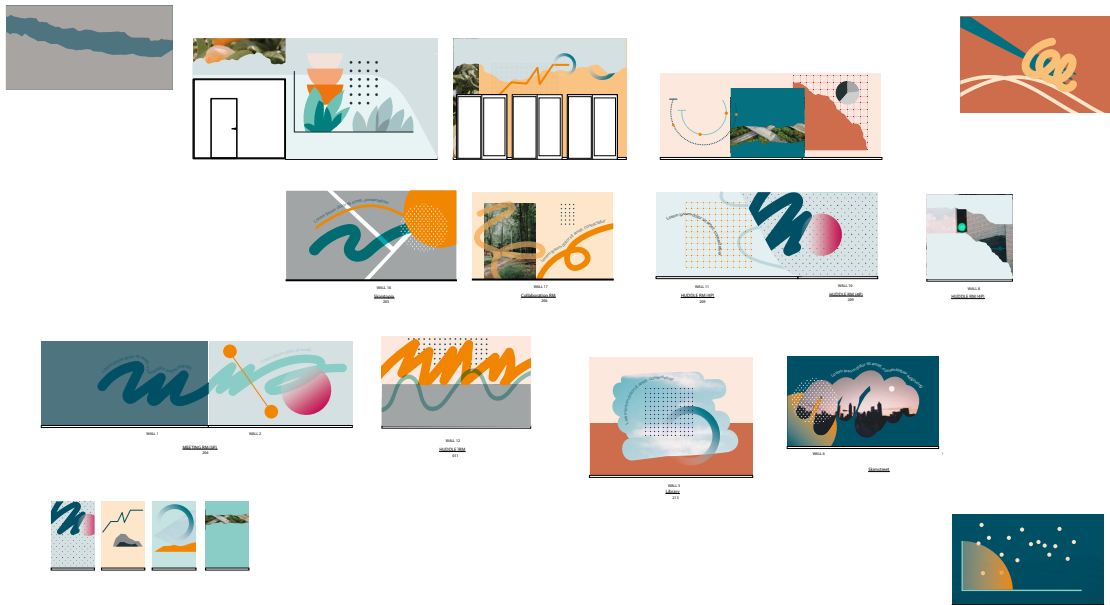
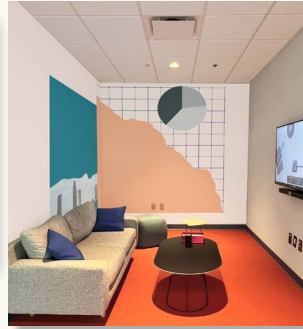


SKIM ROTTERDAM & ATLANTA IDENTITY

Date: 2023 - ongoing

Role: Illustration design for Skim for their visual identity in their office

Client: SKIM



concept 2

Judith Montens

Works