

Nieuwe visuele identiteit en website voor het ANP

20-01-2020 09:48



'Begin met de feiten': het ANP (Algemeen Nederlands Persbureau) heeft een vernieuwde visuele identiteit en nieuwe website gelanceerd. Met de nieuwe visuele identiteit, ontwikkeld in samenwerking met Haags creatief bureau Vrucht vlees, laat het ANP het belang van een onafhankelijk persbureau zien en wordt het verhaal van het ANP meer zichtbaar.

Centraal staat het ANP als bron van feiten. Martijn Bennis, algemeen directeur van het ANP: "De kern van het ANP is nog steeds hetzelfde: het ANP produceert feitelijk en onafhankelijk nieuws." De bron van feiten is visueel verbeeld tot een krachtige punt en verwoord tot: 'begin met de feiten'. Met de punt begint het logo en vanuit daar ontstaan de diensten van het ANP.

[De vernieuwde website](#) moet ervoor zorgen dat de bezoeker sneller zijn weg vindt en dat het duidelijker wordt wat het ANP voor organisaties betekent.

Het ANP werd in 1934 als stichting opgericht door de Nederlandse Dagbladpers. Nu maakt nog steeds 95% van de Nederlandse media gebruik van het ANP en levert het persbureau ook verschillende diensten aan andere bedrijven.

David Huijzer