

Branding Showcase

Outlined

By Riccardo Boachie

c. 2025

Inspirations/Moodboard

Quote by Virgil Abloh

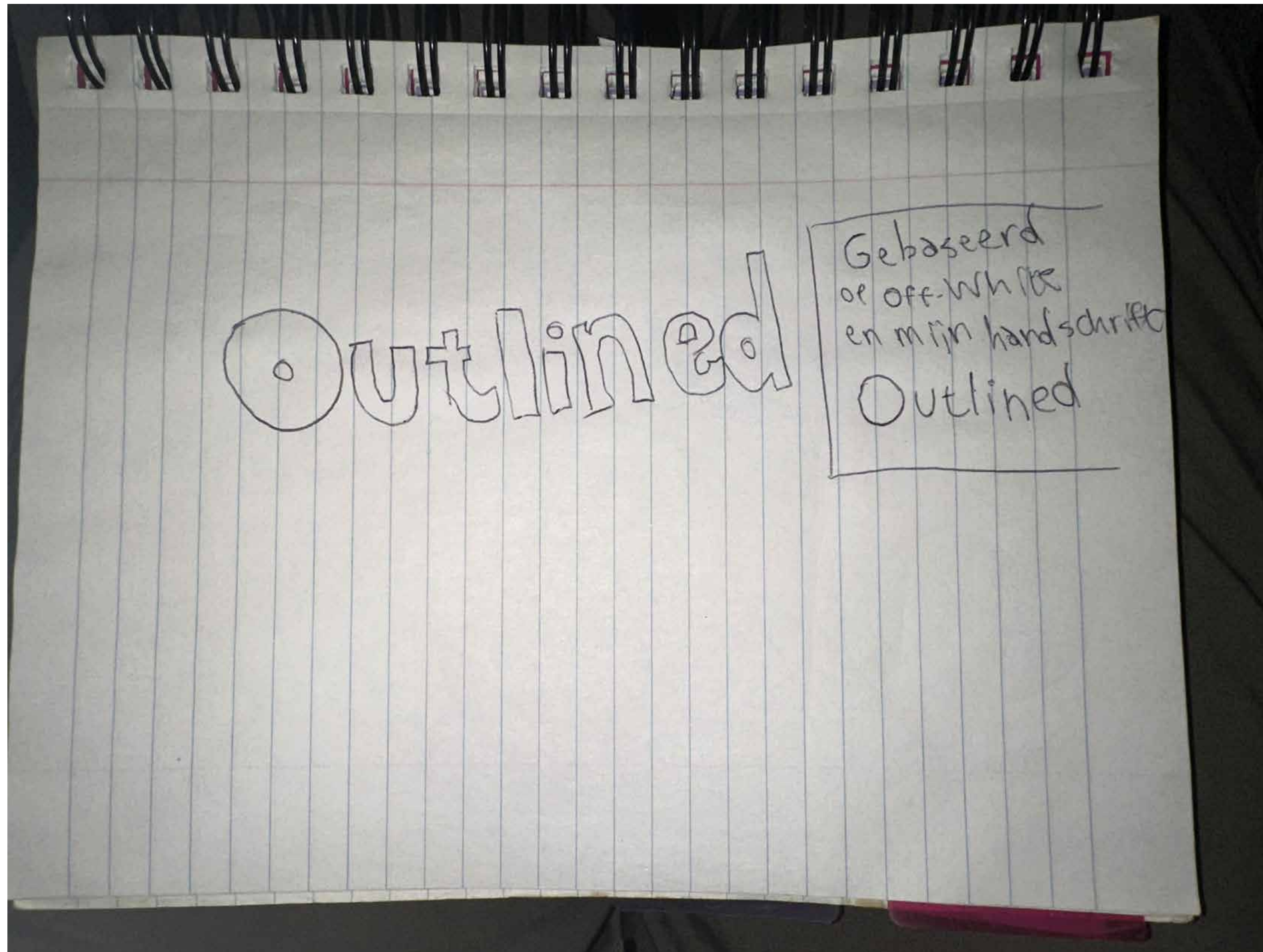
Off-White™

THE RULE OF 3%

Art is about creativity but also familiarity. The percentage of creativity is only 3%. You only have to slightly innovate an existing project to create a new one. Adds enough alternate voice but also retains eye-to-emotion connection.



Sketches



Base Logo

Outlined

Outlined

“Outlined” Logo

Outlined

Outlined

“Outlined” Logo Sketched

Outlined

Outlined

Research Concurrentie

Outlined™

Naam 4	Doelgroep 14	Zwaktes 11	Sterktes 17	Missie & visie 8	Waar steken ze bovenuit 6
Supreme 16					
Streetwear & Hype Culture	Hypebeasts	Hoge prijzen voor sommige items	Hoge exclusiviteit maar beperkte voorraad (dit creëert fomo)	Missie: Streetwear verbinden met kunst, muziek en skateboard cultuur.	Ze creëren een gevoel van zeldzaamheid door sommige dingen beperkt te droppen en door samen te werken met bekende merken en artiesten.
+	Streetwear fans en verzamelaars	Gelimiteerde beschikbaarheid	Naam bekendheid	Visie: Een wereldwijd symbool blijven voor streetwear en	+
	Mensen die graag zeldzame/exclusieve kledingstukken hebben	Sommige veel gezochte items zijn snel uitverkocht door mensen die bots gebruiken	Gedragen door high profile mensen zoals celebrities	+	
	Vooraf jongeren	+	Hoge resale waarde		
	+		Grote community		
			+		
Off-White 16					
Luxury Streetwear	Modebewuste jongvolwassenen (18-35)	Hoge prijsbarrière voor de meeste mensen	Unieke en herkenbare designs (minimalisme maar ook sommige industrial type designs, de strepen en labels)	Missie: Luxe streetwear toegankelijk maken door high fashion te mixen met een meer urban/streetwear style	Innovatieve designs en sterke/herkenbare branding
+	Mensen dat graag minimalisme hebben	Overproductie en imitatie door fast fashion merken	Samenwerkingen met high end en sport brands	Visie: Mode herdefiniëren door functionaliteit, kunst en streetwear te combineren	Balans tussen luxe en streetwear
	Luxe streetwear liefhebbers	Te afhankelijk van naam en invloed van wijlen Virgil Abloh	Sterke invloed van Virgil Abloh	+	+
	Mensen die high fashion en casual willen combineren	+	Gedragen door high profile mensen zoals celebrities		
	+		+		
H&M 14					
Betaalbare mode	Breed publiek (tieners, jongvolwassenen en gezinnen)	Kwaliteit en duurzaamheid worden soms beoordeeld	Betaalbare mode	Missie: Mode en kwaliteit tegen de beste prijs op een duurzame manier aanbieden	Toegankelijke en trendy fashion voor een breed publiek
+	Prijsbewuste consumenten	Afhankelijk van trends en massaproductie	Snelle product cyclus	Visie: Een duurzamere en etisch verantwoorde mode-industrie leiden (questionable)	+
	Mensen die modetrends willen volgen zonder veel te betalen	Negatieve impact op milieu en arbeidsomstandigheden	Duurzaamheidsinitiatieven	+	
	+	+	Toegankelijkheid		
			+		
Balenciaga 14					
High-End Streetwear & Avant garde	Luxe consumenten en high fashion liefhebbers	Zeer hoge prijsdrempel	Sterke merkidentiteit en innovatie in de modeindustrie	Missie: Innovatie en creativiteit in de mode-industrie stimuleren door grenzen te verleggen.	Avant-garde en experimentele mode die trends bepaald in zowel high fashion als streetwear en fast fashion
+	Liefhebbers van avant-garde en statement mode	Soms maken ze fast fashion waardoor de hoge prijzen nog pijnlijker zijn	Gedurfde en trendsetting designs (oversized silhouetten, chunky sneakers, ...)	Visie: Balenciaga als toonaangevend luxe modehuis positioneren met cutting-edge designs.	Innovatief gebruik van materialen en technieken
	Celebrities en influencers	+	Exclusiviteit en premium positionering	+	+
	+		Sterke social media en celebrity ondersteuning		
			+		

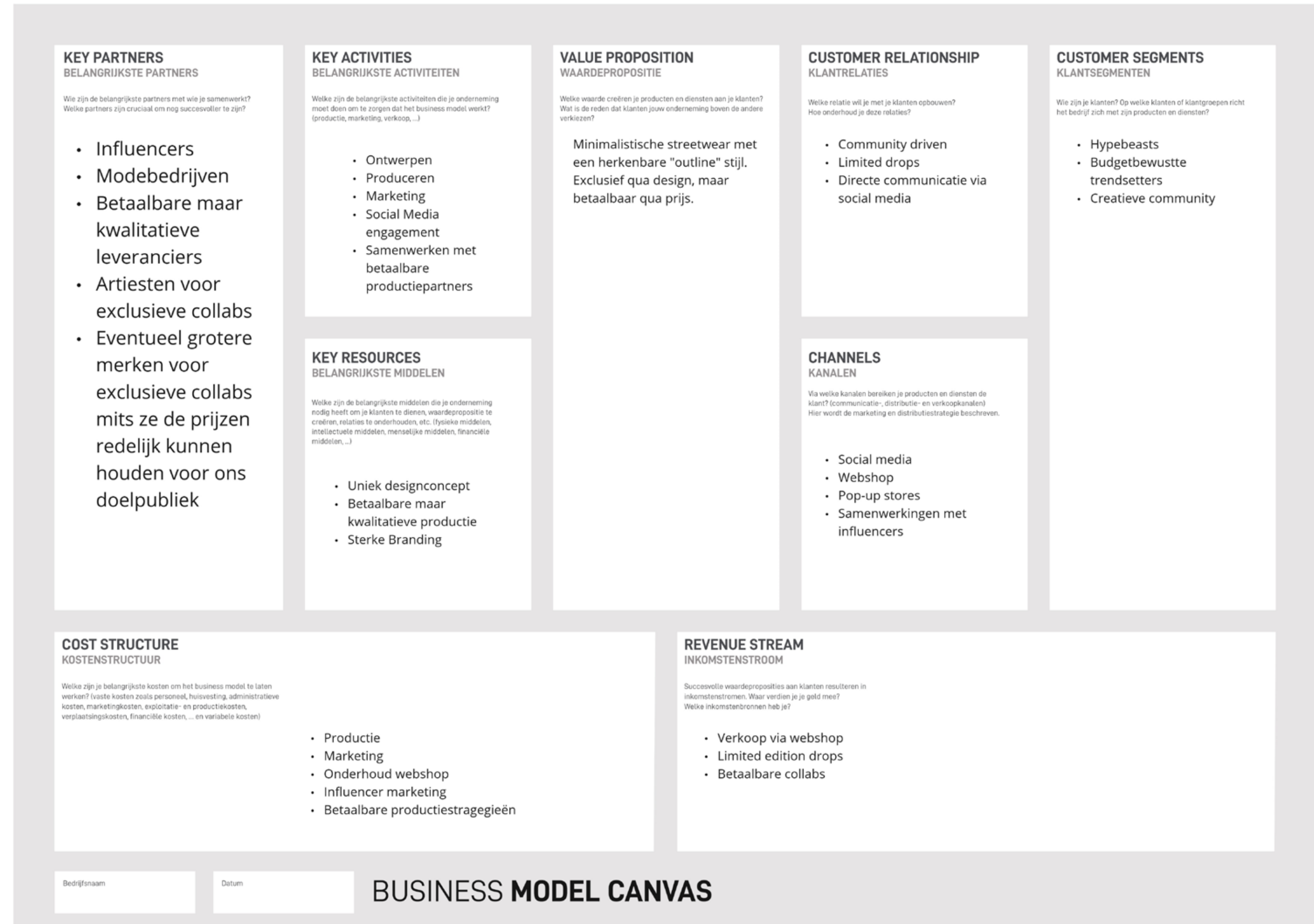


Benchmarking

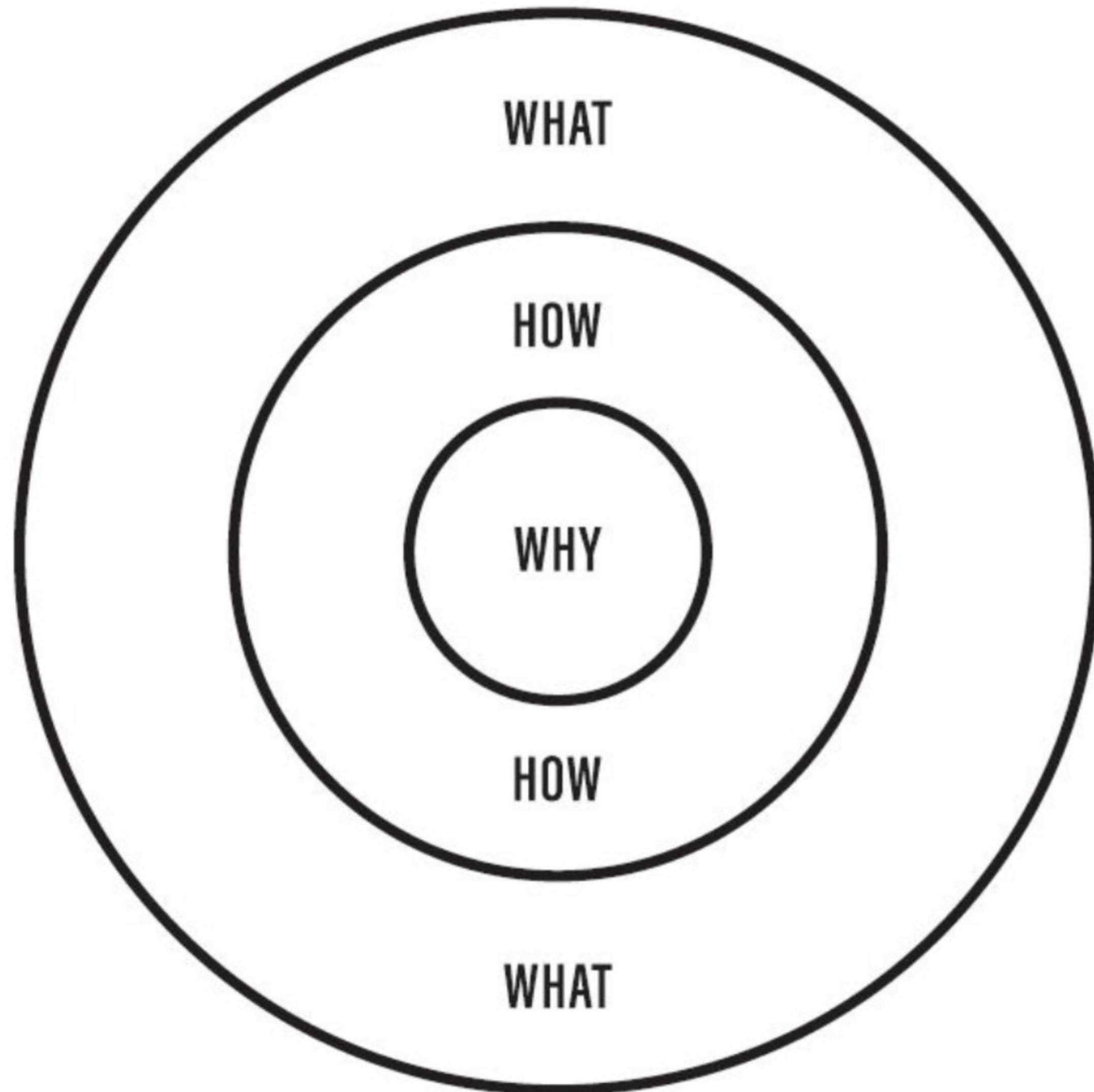
Doelgroep 9	Uitleg 11
Hypebeasts 7	
15-25 jaar	Koopt kleding vanwege exclusiviteit en status
modebewust	Is bereid meer te betalen voor limited edition drops
actief op social media	Volgt trends via social media zoals Instagram, TikTok en YouTube
+	Ziet Balenciaga als inspiratie maar zoekt goedkopere alternatieven zoals Outlined.
	+
Budgetbewuste Trendset... 5	
15-30 jaar	Zoekt mode die er high-end uit ziet maar betaalbaar is
Wil stijlvol zijn zonder fortuinen uit te geven	Combineert merken zoals h&m met exclusievere streetwear-items
+	Is gevoelig voor prijs-kwaliteitsverhouding en slimme marketing
	+
Creative Community 8	
Designers	Geïnteresseerd in design en kunst
Artiesten	Wil kleren en accessoires die passen bij hun creatieve identiteit
Urban creatives	Staat open voor unieke concepten en collabs
18-30 jaar	Houdt van gedurfde designs zoals belenciaga maar zoekt iets toegankelijker
+	+

Business Model Canvas

Outlined™



SIMON SINEK'S THE GOLDEN CIRCLE



Waarom?:

Outlined is er voor iedereen die zijn eigen weg wil tekenen – in mode, kunst, muziek of iets anders creatiefs. We maken streetwear die uniek en herkenbaar is, maar nog steeds betaalbaar en draagbaar. Onze kleding draait om het idee dat alles begint met een ruwe schets: "Draw Your Future."

Hoe?:

Onze outlined stijl maakt elk stuk herkenbaar, van kleding tot accessoires.

We mixen limited drops met vaste essentials, zodat exclusiviteit en toegankelijkheid in balans zijn.

Samenwerkingen met andere merken en artiesten, maar altijd met een meet-in-the-middle prijsstrategie.

Geen cringy marketing, gewoon authentieke storytelling en coole releases.

What?:

Kleding: Streetwear met een cleane, outlined look + exclusieve drops.

Accessoires: Phone cases, cardholders, random coole items.

Collabs & Special Releases: Unieke samenwerkingen en onverwachte drops (zoals Supreme's brick).

Brand Promise

**"Outlined maakt minimalistische streetwear met een eigen twist.
Het draait niet alleen om kleding, maar om creativiteit en self-expression.
Betaalbaar, maar niet basic. Exclusief, maar niet onbereikbaar. Tijdloos, maar toch vernieuwend."**

Main Archetype: **Rebel**

Waarom het past: Het Rebel archetype past perfect bij Outlined, omdat we niet bang zijn om buiten de gebaande paden te denken. We willen de regels uitdagen en mensen die zich niet verbonden voelen met de mainstream merken, de kans geven om zichzelf op een unieke manier uit te drukken. We bieden een exclusieve vibe, maar zonder de prijzen onbereikbaar te maken. Het gaat erom dat we mensen zelfvertrouwen en creativiteit geven. We willen niet gewoon een merk zijn, maar een statement maken. Outlined is voor degenen die zichzelf willen zijn en geen genoegen nemen met minder. We willen anders zijn dan de rest.

Hoofdkenmerk: De Rebel zegt “we doen het anders” en zorgt ervoor dat mensen zich uniek kunnen voelen zonder concessies te doen aan hun eigen stijl. Bij ons draait alles om kracht, creativiteit en jezelf zijn, simpelweg door wat je draagt. We geloven niet in het volgen van de massa, maar in het leiden van je eigen pad.

Outlined™

Sub-Archetype: **Hero**

Waarom het past: Het Hero archetype komt ook goed van pas omdat we willen dat mensen zich krachtig en zelfverzekerd voelen wanneer ze onze kleding dragen. We willen niet alleen dat mensen er goed uitzien, maar dat ze zich geïnspireerd voelen. Onze kleding moet hen aanmoedigen om hun beste zelf te zijn en de wereld met zelfvertrouwen tegemoet te treden. We willen dat onze klanten zich empowered voelen door wat ze dragen, alsof ze klaar zijn om hun eigen legende te schrijven.

Subkenmerk: De Hero is sterk en zelfverzekerd. Outlined is niet alleen stijlvol, maar ook inspirerend. We willen dat mensen zich niet alleen cool voelen in onze kleding, maar ook dat ze geloven in hun eigen kracht en potentieel. We zijn hier om mensen te helpen zich krachtig en klaar voor alles te voelen, zonder concessies te doen aan wie ze zijn.

Tagline

Draw Your Future

Value Proposition

Outlined is een streetwearmerk voor creatievelingen, trendsetters en iedereen die zijn eigen pad wil tekenen. Onze kleding combineert een herkenbare, minimalistische ‘outlined’ stijl met sterke materialen en een eerlijke prijs-kwaliteitverhouding. We bieden verschillende collecties aan, van betaalbare essentials tot exclusieve drops, zodat iedereen een Outlined-piece kan vinden dat bij hun stijl past.

Wij focussen ons niet puur op duurzaamheid, maar wel op het leveren van kwalitatieve items die niet als fast fashion aanvoelen. Onze collecties spreken een brede doelgroep aan: van skaters en creatieve zielen tot Hip-Hop/Rap fans en streetwear-liefhebbers die exclusiviteit zoeken zonder absurd hoge prijzen te betalen. We bouwen een community rond mode, muziek en kunst, waar zelfexpressie en creativiteit centraal staan.

Met Outlined willen we dat je niet alleen kleding draagt, maar een mindset. Of je nu kiest voor een simpele outlined tee of een exclusieve drop, elk stuk straalt zelfvertrouwen en creativiteit uit. “Draw Your Future” is niet zomaar een slogan – het is een levensstijl.

Outlined™

Brand Messaging Pillars

Outlined is een streetwearmerk voor creatievelingen, trendsetters en iedereen die zijn eigen pad wil tekenen. Onze kleding combineert een herkenbare, minimalistische ‘outlined’ stijl met sterke materialen en een eerlijke prijs-kwaliteitverhouding. We bieden verschillende collecties aan, van betaalbare essentials tot exclusieve drops, zodat iedereen een Outlined-piece kan vinden dat bij hun stijl past.

Wij focussen ons niet puur op duurzaamheid, maar wel op het leveren van kwalitatieve items die niet als fast fashion aanvoelen. Onze collecties spreken een brede doelgroep aan: van skaters en creatieve zielen tot Hip-Hop/Rap fans en streetwear-liefhebbers die exclusiviteit zoeken zonder absurd hoge prijzen te betalen. We bouwen een community rond mode, muziek en kunst, waar zelfexpressie en creativiteit centraal staan.

Met Outlined willen we dat je niet alleen kleding draagt, maar een mindset. Of je nu kiest voor een simpele outlined tee of een exclusieve drop, elk stuk straalt zelfvertrouwen en creativiteit uit. “Draw Your Future” is niet zomaar een slogan – het is een levensstijl.

Outlined™

Missie

Bij Outlined maken we kleding die ik zelf zou dragen — creatief, clean en met een herkenbare stijl.

We willen mensen inspireren om hun eigen pad te tekenen. Niet door zomaar trends te volgen, maar door iets unieks te dragen dat bij hen past.

Onze pieces zijn er in verschillende vormen: sommige items blijven altijd beschikbaar, andere komen terug in nieuwe vormen, en soms droppen we exclusieve collecties of collabs met andere merken of artiesten.

Het gaat om stukken waar je je goed in voelt — zelfverzekerd, creatief, en 100% jezelf.

Outlined™

Visie

Op lange termijn zie ik Outlined uitgroeien tot iets veel groters dan een kledingmerk. We willen meerdere lijnen uitbrengen — van high-end tot meer betaalbare kleding, zodat iedereen mee kan zijn, ongeacht je budget.

Maar nog belangrijker: ik wil iets creëren dat mensen raakt.

Een community, een cultuur, een movement. Iets dat creatives samenbrengt en mensen het gevoel geeft dat ze erbij horen.

Want uiteindelijk gaat het om meer dan mode — het gaat erom dat je je toekomst durft te tekenen. “Draw your future.”

Outlined™

Main Font: "Helvetica Neue Bold"

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890 ! . "

Outlined

"Draw Your Future"

Alternative/Secondary Font: "Riccardo Handwriting Regular"

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! . "

Outlined

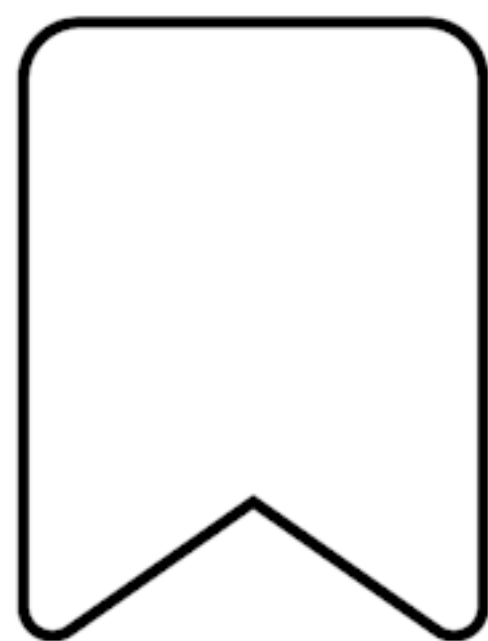
"Draw Your Future"

Iconografie

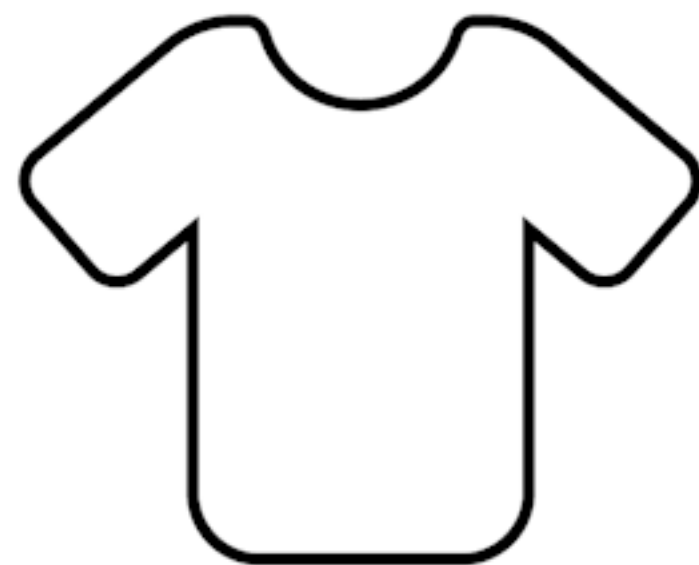
Winkelmandje



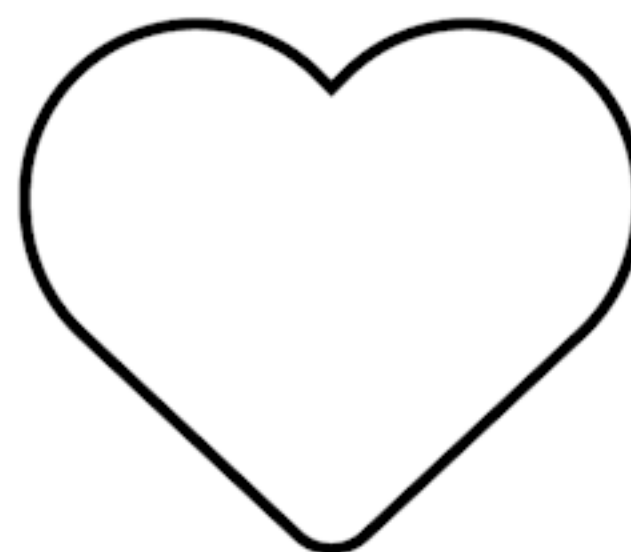
Bladwijzer



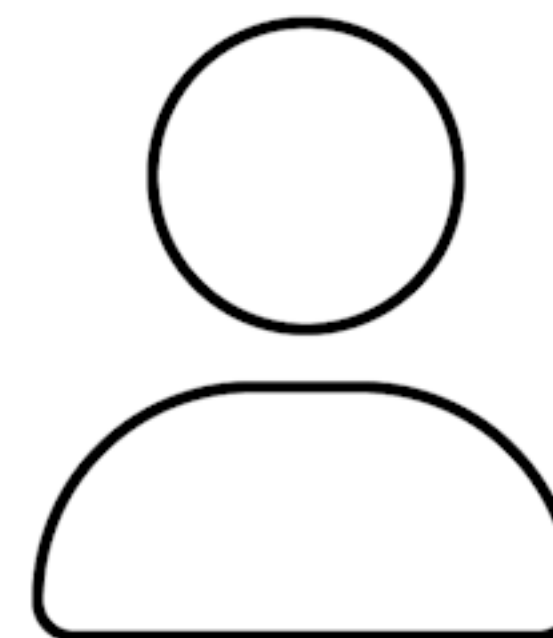
Shirt



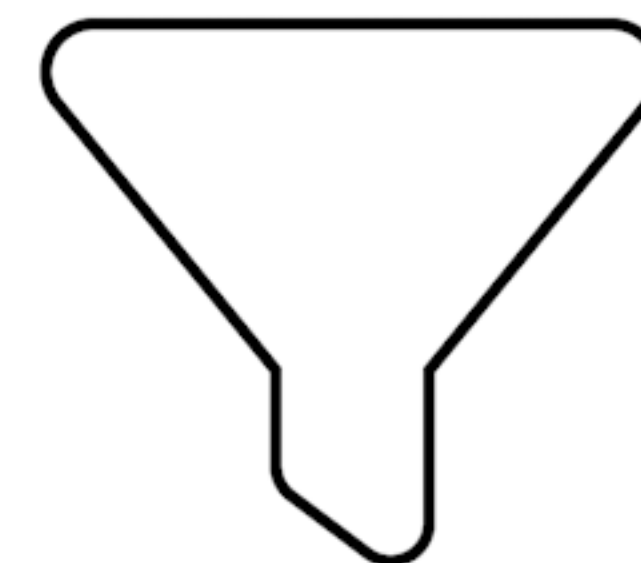
Favoriet



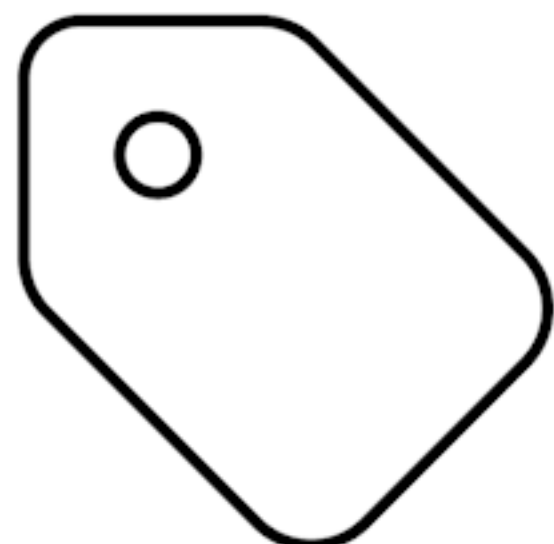
Account



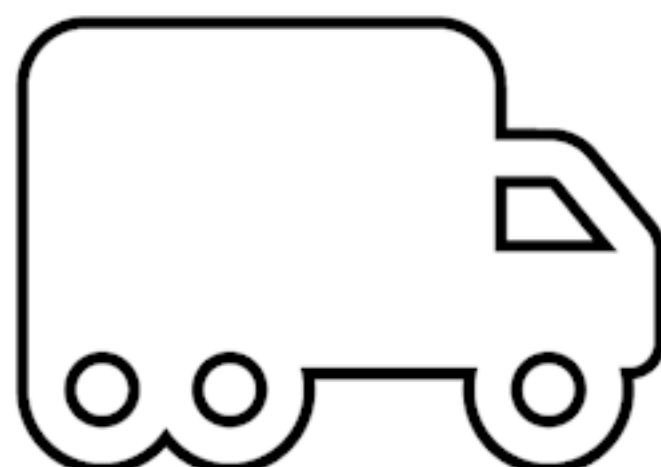
Filter



Solden



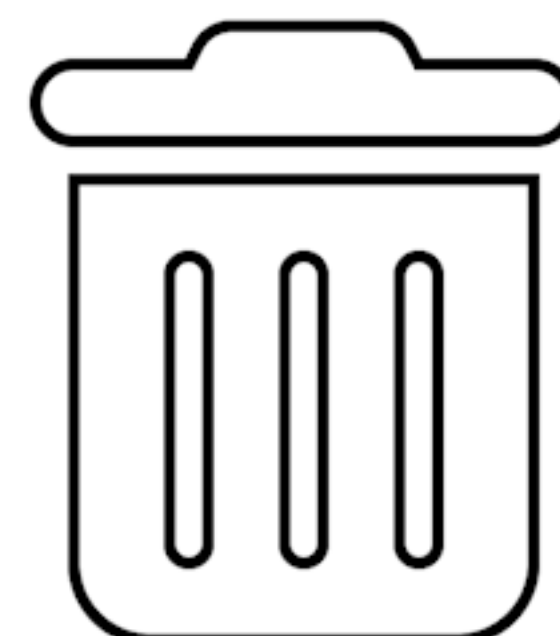
Leveringsstatus



Homepage



Verwijder artikel



Mockups



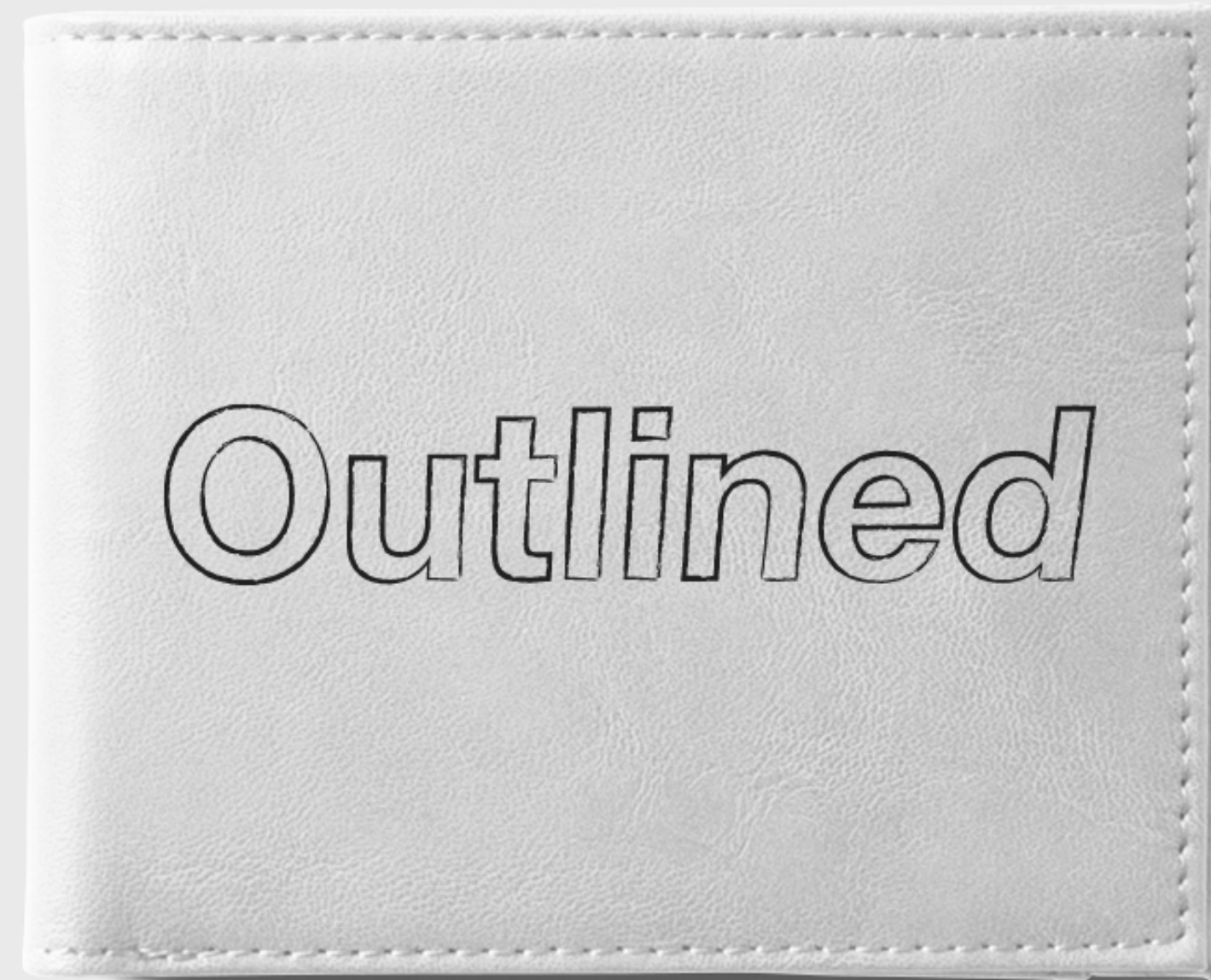
Mockups



Mockups



Mockups



Mockups

