



De kracht van identiteit.

Hoe mijn roots mijn werk als Merkarchitect vormgaven.

Ik ben geboren in Rijswijk, in 1973. Een Hollandse jeugd, met fietsen, boterhammen in een trommeltje en voetbal op straat. Maar ook met stiltes aan tafel die meer zeiden dan woorden. Geuren van kruidnagel, djerook poeroet en gebakken uitjes. En verhalen die niet verteld werden — maar voelbaar waren.

Mijn ouders hoorden bij de grote groep Nederlands-Indische mensen die na de oorlog hun thuisland moesten verlaten. Ze kwamen naar Nederland met koffers vol herinneringen, maar zonder een duidelijk kompas. Een generatie die tussen wal en schip viel: te Nederlands voor Indonesië, te Indisch voor Nederland. Hun identiteit was geen vlag om trots mee te zwaaien, maar eerder iets dat stilletjes meegedragen werd. Als een jas die nét niet lekker zit, maar die je niet uit kunt doen.

Ik ben opgegroeid in die tussenruimte. Met liefde en veiligheid, absoluut — maar ook met een sluimerend gevoel van *er is iets anders*. Iets wat ik niet kon benoemen. Pas veel later begreep ik: het was het ontbreken van een duidelijke identiteit. En dat liet een onzichtbare afdruk achter.

Popcultuur en potloden

Als kind vond ik mijn houvast ergens anders: in beelden. Ik was een stripfan in hart en nieren. Graphic novels, Marvel, DC, tekenfilms — het was mijn zuurstof. Mijn wereld was een mengeling van videobanden, bioscoopkaartjes en stapels tekenpapier. Ik keek

met andere ogen naar de wereld. *Tekenaarsoog*, noem ik het nu. Licht, schaduw, contrast, vormen — alles kon betekenis krijgen als je goed genoeg keek.

Die blik heb ik van mijn moeders kant. In onze familie zat kunst in het bloed. Mijn oom Geert was een kunstenaar, zijn huis een universum vol schilderijen, boeken en beelden. Kunst en design waren bij ons thuis geen luxe of hobby — het was er gewoon. Zoals sambal op tafel. Zoals Batik aan de muur.

En in de keuken zag ik iets opmerkelijks. Mijn oma en moeder kookten zoals ik later zou ontwerpen: op gevoel. Geen receptenboek, geen afmetingen. Alleen intuïtie, ervaring en smaak. Indisch koken is ontwerpen. Je vertrouwt op je zintuigen, je verleden, je vingers. Dat heeft me gevormd. Ook nu nog, in mijn werk, vertrouw ik op diezelfde zintuigen — op gevoel, op balans, op timing.

De schoonheid van Art Deco

Rond mijn twintigste raakte ik gefascineerd door Art Deco. Niet toevallig. Deze kunst- en designstroming, ontstaan in de vroege 20e eeuw, ademde elegantie, geometrie en luxe. Maar vooral: het was *zichtbaar* aanwezig in het Nederlands-Indië van voor de oorlog. Villa's met ronde vormen, typografie met karakter, patronen met ritme. Art Deco werd voor mij niet alleen een esthetische fascinatie, maar een verborgen brug naar mijn verleden. Een manier om de schoonheid van mijn roots te eren — én te integreren in mijn werk.

Van maker naar denker

Mijn loopbaan begon als vormgever. Later werd ik visualizer, art director, creative director en eigenaar van een creatief bureau. Maar hoe verder ik groeide, hoe dieper ik voelde: ik ben geen 'mooimaker'. Ik wil de *kern* begrijpen. De identiteit. Het waarom achter het merk. De ziel.

Vandaag noem ik mezelf Merkarchitect. Niet omdat het hip klinkt, maar omdat het klopt. Ik help merken bouwen van binnenuit. Niet met trucjes of trends, maar met fundament. Ik graaf, ontrafel, spiegel en stel vragen die soms zelfs confronterend zijn. Wie ben je als merk? Wat geloof je écht? Wat heb je doorstaan? Wat maakt jou herkenbaar, onderscheidend, *eigen*?

Van identiteit naar impact

In mijn werk hanteer ik een benadering die ik "de binnen-buitenlijn" noem. Het begint altijd met introspectie: de merkziel, de overtuiging, de oorsprong. Daarna pas volgt

expressie: visueel, verbaal, cultureel. Dit proces lijkt verdacht veel op wat ik zelf heb doorgemaakt. Eerst begrijpen waar je vandaan komt. Dan pas kiezen hoe je jezelf laat zien.

Een voorbeeld? Bij het herpositioneren van een familiebedrijf dat van generatie op generatie is doorgegeven, begin ik nooit met het logo of de huisstijl. Ik begin met gesprekken. Met luisteren. Naar verhalen, stiltes, waarden. Pas als ik de identiteit voel, weet ik hoe we die kunnen vertalen naar vorm. *Identiteit is geen esthetiek — het is energie.*

Tot slot: de kracht van roots

Mijn verleden heeft me niet gehinderd — het heeft me gescherpt. De vragen die ik mezelf moest stellen, stel ik nu aan mijn klanten. De gevoeligheid voor contrast, nuance en onzichtbare spanningen... het zijn precies de dingen die nodig zijn om merken écht te laten spreken in een tijd vol afleiding en holle communicatie.

Of je nu een mens bent of een merk: zonder identiteit dobber je maar wat rond. Maar wie weet wie hij is, maakt keuzes met kracht. Durft zichtbaar te zijn. En dat is waar ik elke dag voor opsta.

Ik ben Yuri Pieplenbosch. Merkarchitect. Geboren uit twee culturen. Gesmeed door creativiteit. En gedreven door de overtuiging dat alles begint met identiteit.

Yuri Pieplenbosch

Merkarchitect | Founder Alterego

110 Life & Business Awareness | MasterMyFreedom