# RECOGNITION EROSION

Recognition Erosion beschrijft de geleidelijke afname van herkenbaarheid als gevolg van afwijkingen binnen een herkenningssysteem.

Get Square Design

**SD-WP-007**
RECOGNITION EROSION
Waarom herkenbaarheid langzaam verdwijnt zonder dat organisaties het merken
**Versie 1.0**
Square Design Knowledge Repository (SDKR)
Classificatie: [EFP-C] Framework Model
[EFP-B] Strategische Hypothese
Status: Experimental Whitepaper Base

### Waarom dit document bestaat

Veel organisaties besteden veel aandacht aan het opbouwen van herkenbaarheid. Logo's worden ontwikkeld, websites worden vernieuwd, campagnes worden gelanceerd en huisstijlen worden zorgvuldig geïntroduceerd. Vanuit die inspanningen ontstaat vaak de impliciete veronderstelling dat herkenbaarheid vervolgens vanzelf behouden blijft.

### De praktijk laat echter een ander beeld zien

Sterke merken verliezen regelmatig een deel van hun herkenningskracht zonder dat er sprake is van een grote strategische fout. Er vindt geen radicale rebranding plaats. Er wordt geen nieuwe bedrijfsnaam ingevoerd. Er wordt geen volledig nieuwe positionering gekozen. Toch neemt de herkenbaarheid af.

### Dit verschijnsel vormt één van de belangrijkste observaties binnen Recognition Engineering

Organisaties verliezen herkenning meestal niet door één grote gebeurtenis. Zij verliezen herkenning door een opeenstapeling van kleine afwijkingen die zich gedurende langere tijd ontwikkelen. Iedere afwijking lijkt afzonderlijk onschuldig. Gezamenlijk ondermijnen deze afwijkingen echter de geheugenstructuren waarop herkenning gebaseerd is.

### Recognition Engineering noemt dit proces Erosion

Deze whitepaper onderzoekt waarom erosie ontstaat, waarom zij vaak onzichtbaar blijft en waarom het beheersen van erosie steeds belangrijker wordt in een tijd waarin communicatie sneller groeit dan ooit tevoren.

---

### MANAGEMENT ABSTRACT

Recognition Erosion beschrijft de geleidelijke afname van herkenbaarheid als gevolg van afwijkingen binnen een herkenningssysteem. Het model introduceert een fundamenteel inzicht: herkenbaarheid groeit meestal bewust, terwijl herkenbaarheidsverlies vaak automatisch ontstaat.

Vrijwel iedere organisatie verandert voortdurend. Nieuwe medewerkers brengen nieuwe voorkeuren mee. Nieuwe leveranciers ontwikkelen nieuwe uitingen. Nieuwe technologieën creëren nieuwe mogelijkheden. AI-systemen produceren nieuwe content. Iedere verandering verhoogt de kans op afwijking.

Wanneer deze afwijkingen niet actief worden gecontroleerd ontstaat geleidelijk erosie. Het resultaat is niet direct zichtbaar. Juist daardoor behoort erosie tot de meest onderschatte bedreigingen van herkenbaarheid.

Recognition Engineering onderscheidt vier primaire vormen van erosie: structurele erosie, operationele erosie, kanaal-erosie en AI-erosie. Daarnaast introduceert het framework meetinstrumenten zoals de Recognition Erosion Index (REI) om de gezondheid van een herkenningssysteem te beoordelen.

Het doel is niet alleen herkenbaarheidsverlies verklaren. Het doel is vooral om herkenbaarheidsverlies vroegtijdig zichtbaar te maken voordat het leidt tot aantasting van vertrouwen, voorkeur en Recognition Capital.

---

# KEY INSIGHTS

### KEY INSIGHT 01

Herkenbaarheid groeit bewust.

Herkenbaarheidsverlies ontstaat vaak vanzelf.

---

### KEY INSIGHT 02

De meeste herkenningsproblemen beginnen als kleine afwijkingen.
M.a.w. grote herkenningsproblemen beginnen als kleine uitzonderingen.

---

## KEY INSIGHT 03

Versnippering vormt een groter risico dan slechte vormgeving.

Get Square Design

## KEY INSIGHT 04

AI vergroot zowel de snelheid van productie als de snelheid van erosie.

## KEY INSIGHT 05

Wat niet actief wordt beheerd, verliest uiteindelijk samenhang.

## HET MISVERSTAND VAN HERKENBAARHEIDSVERLIES

Wanneer organisaties nadenken over het verlies van herkenbaarheid, denken zij vaak aan grote gebeurtenissen. Een nieuwe naam, een nieuwe huisstijl of een ingrijpende rebranding lijken logische oorzaken van herkenbaarheidsverlies. Die gebeurtenissen kunnen inderdaad grote gevolgen hebben. Toch blijken zij in de praktijk zelden de belangrijkste oorzaak.

Veel vaker ontstaat herkenningsverlies door een reeks veel kleinere veranderingen.
Een presentatie gebruikt net een ander lettertype. Een nieuwe fotograaf introduceert een afwijkende beeldstijl. Een leverancier gebruikt een alternatieve kleurvariant.
Een medewerker kiest een eigen interpretatie van het logo. Een AI-systeem genereert beelden die niet aansluiten op bestaande merkstructuren.

Geen van deze situaties veroorzaakt onmiddellijk een crisis. Daarom worden ze zelden als risico gezien. Het probleem ontstaat doordat tientallen of honderden van deze kleine afwijkingen zich opstapelen. Uiteindelijk ontstaat een situatie waarin het merk nog steeds zichtbaar aanwezig is, maar steeds minder als één samenhangende entiteit wordt herkend.

Recognition Engineering beschouwt deze geleidelijke afbraak als het werkelijke gezicht van erosie.

***Fase 1*** Afwijking

***Fase 2*** Herhaling

***Fase 3*** Normalisatie

***Fase 4*** Versnippering

***Fase 5*** Herkenningsverlies

## WAT IS RECOGNITION EROSION?

Recognition Erosion is de geleidelijke afname van herkenbaarheid als gevolg van opeenvolgende afwijkingen binnen een herkenningssysteem.

Het belangrijkste aspect van deze definitie is het woord geleidelijk.

Herkenbaarheid verdwijnt zelden abrupt. Vrijwel altijd ontwikkelt zich een langzaam vervalproces dat gedurende langere tijd onder de radar blijft. Dit proces kan maanden duren. Vaak duurt het jaren voordat de volledige impact zichtbaar wordt. Daardoor ontstaat een bijzonder probleem.

- Organisaties blijven communiceren.
- Organisaties blijven investeren.
- Organisaties blijven produceren.

Maar ondertussen neemt de effectiviteit van bestaande geheugenstructuren langzaam af. Recognition Engineering beschrijft Recognition Erosion daarom als systeemverval. Het gaat niet om één fout. Het gaat om een proces waarbij een herkenningssysteem geleidelijk minder goed functioneert.

## WAAROM EROSIE ONTSTAAT

Get Square Design

Geen enkele organisatie blijft volledig stabiel. Nieuwe medewerkers worden aangenomen. Nieuwe communicatiemiddelen worden geïntroduceerd. Nieuwe websites worden ontwikkeld. Nieuwe campagnes worden gestart. Nieuwe partners leveren materialen aan. Nieuwe technologieën veranderen bestaande werkwijzen.

Verandering op zichzelf vormt geen probleem. Sterker nog, verandering is noodzakelijk voor groei. Het risico ontstaat wanneer verandering sneller plaatsvindt dan beheer. Iedere wijziging creëert de mogelijkheid dat bestaande herkenningsstructuren worden verzwakt. Wanneer deze afwijkingen niet worden gecontroleerd, ontstaan er steeds meer uitzonderingen. Uiteindelijk groeien deze uitzonderingen uit tot nieuwe patronen. Recognition Engineering stelt daarom dat erosie niet ontstaat doordat organisaties veranderen. Erosie ontstaat doordat organisaties veranderen zonder voldoende herkenningsgovernance.

## HET EROSIEPRINCIPE

Binnen Recognition Engineering geldt één fundamenteel uitgangspunt. Herkenbaarheid groeit langzaam. Herkenbaarheidsverlies groeit ongemerkt. Het opbouwen van herkenbaarheid vereist consistente inspanningen. Het vereist herhaling. Het vereist geheugenopbouw. Het vereist governance. Het verlies van herkenbaarheid vereist daarentegen weinig inspanning. Wanneer een organisatie geen actief beheer uitvoert, ontstaat vrijwel automatisch een bepaalde vorm van erosie. Deze asymmetrie maakt herkenningssystemen kwetsbaar. Opbouw vraagt energie. Verval ontstaat vanzelf.

Juist daarom beschouwt Recognition Engineering herkenning niet als een eenmalig project. Herkenning vereist onderhoud.

## DE VIER VORMEN VAN EROSIE

Recognition Engineering onderscheidt vier primaire erosiemechanismen. Samen verklaren zij het grootste deel van het verlies dat organisaties ervaren.

Structurele erosie ontstaat wanneer fundamentele onderdelen van het herkenningssysteem veranderen. Denk aan nieuwe logo's, nieuwe huisstijlen, nieuwe namen of nieuwe positioneringen. Omdat deze veranderingen de basis van het systeem raken, hebben zij vaak een grote impact op bestaande geheugenstructuren.

Operationele erosie ontstaat tijdens de dagelijkse uitvoering. Oude bestanden, afwijkende templates, verkeerde kleurtoepassingen en alternatieve documentversies zijn hiervan typische voorbeelden. Deze vorm van erosie komt zeer frequent voor en wordt daarom beschouwd als één van de belangrijkste risico's binnen volwassen organisaties.

Kanaal-erosie ontstaat wanneer verschillende merkdragers onafhankelijk van elkaar evolueren. De website volgt een nieuwe stijl. Het wagenpark gebruikt een oudere stijl. Sociale media tonen weer een andere interpretatie. Hierdoor ontvangen mensen meerdere versies van hetzelfde merk, wat leidt tot geheugenfragmentatie.

AI-erosie is de meest recente vorm. Nieuwe AI-systemen maken het mogelijk om content op grote schaal te produceren. Zonder duidelijke richtlijnen kunnen daarbij afwijkende beeldstijlen, nieuwe terminologie en alternatieve kennisstructuren ontstaan. Daardoor kan AI herkenning zowel versterken als ondermijnen.

## HET EROSION CASCADE MODEL

Recognition Engineering beschrijft erosie als een kettingreactie.

- Een afwijking ontstaat.
- De afwijking wordt herhaald.
- De afwijking wordt normaal gevonden.
- Versnippering ontstaat.
- Herkenningsverlies wordt zichtbaar.

Dit proces wordt het Erosion Cascade Model genoemd.

Het model verklaart waarom kleine afwijkingen zo gevaarlijk zijn. Mensen beoordelen deze afwijkingen meestal afzonderlijk. Daardoor wordt de cumulatieve impact onderschat. Een enkele afwijking lijkt onbelangrijk. Honderd afwijkingen creëren een nieuw herkenningssysteem.

Juist daardoor behoort vroege detectie tot de belangrijkste onderdelen van herkenningsbeheer.

## DE VROEGE SIGNALEN VAN EROSIE

Get Square Design

Recognition Erosion wordt vaak eerder zichtbaar in gedrag dan in vormgeving. Klanten gebruiken verschillende omschrijvingen voor hetzelfde merk. Medewerkers werken met uiteenlopende bestanden. Leveranciers interpreteren dezelfde huisstijl op verschillende manieren. Nieuwe uitingen voelen niet meer volledig verbonden met oudere uitingen. In veel organisaties worden deze signalen beschouwd als praktische details. Recognition Engineering beschouwt ze als vroege waarschuwingen. Deze signalen wijzen erop dat verschillende geheugenstructuren naast elkaar beginnen te bestaan. Zodra dat gebeurt, neemt de kans toe dat herkenning minder efficiënt wordt opgebouwd en geactiveerd.

## DE EROSION CURVE

Recognition Engineering beschrijft erosie als een ontwikkelcurve in vijf fasen.

1. In de eerste fase is het systeem stabiel. Vrijwel alle ankers functioneren volgens dezelfde structuur.
2. In de tweede fase ontstaat beheersbare drift. Kleine afwijkingen verschijnen, maar de samenhang blijft grotendeels behouden.
3. In de derde fase wordt fragmentatie zichtbaar. Verschillende merkdragers beginnen uiteen te lopen.
4. In de vierde fase neemt herkenning merkbaar af. Gebruikers ervaren verschillen, ook wanneer zij deze niet precies kunnen benoemen.
5. In de vijfde fase ontstaat een situatie waarin het systeem niet langer als één herkenbare entiteit functioneert.

Deze curve laat zien dat erosie geen gebeurtenis is.

Erosie is een ontwikkeling.

## HET ECONOMISCHE EFFECT VAN EROSIE

Recognition Erosion beïnvloedt meer dan vormgeving alleen.

Wanneer herkenningsstructuren verzwakken ontstaan indirecte economische effecten. Communicatie wordt minder efficiënt. Vertrouwen duurt langer om op te bouwen. Marketing moet harder werken om dezelfde resultaten te behalen. Nieuwe klanten hebben meer uitleg nodig voordat herkenning ontstaat.

Deze effecten verspreiden zich over de organisatie. Daardoor worden zij zelden direct verbonden aan herkenbaarheid. Recognition Engineering maakt deze verborgen kosten zichtbaar door erosie te beschouwen als een risico voor Recognition Capital.

Iedere vorm van erosie vermindert het rendement van eerder opgebouwde herkenning. Hierdoor vertegenwoordigt erosiebeheer niet alleen een communicatiebelang maar ook een economisch belang.

## DE RECOGNITION EROSION INDEX

Om erosie meetbaar te maken introduceert Recognition Engineering de Recognition Erosion Index (REI). De REI meet de mate waarin herkenningsstructuren afwijken van de gewenste standaard. Het model beoordeelt structurele integriteit, operationele consistentie, kanaalafstemming en AI-consistentie. Door deze factoren samen te brengen ontstaat een score waarmee organisaties kunnen bepalen hoe stabiel hun herkenningssysteem werkelijk is.

De waarde van REI ligt niet uitsluitend in de score zelf. De grootste waarde ontstaat doordat trends zichtbaar worden. Een kleine daling in één kwartaal hoeft geen probleem te vormen. Een structurele daling over meerdere jaren vormt wel een belangrijk signaal.

REI maakt erosie daarmee bestuurbaar.

## VAN REACTIE NAAR PREVENTIE

Veel organisaties reageren op herkenningsverlies nadat problemen zichtbaar zijn geworden. Recognition Engineering kiest bewust voor een preventieve aanpak. Wanneer erosie vroeg wordt herkend kunnen relatief kleine correcties grote gevolgen voorkomen. Herkenningsbeheer verschuift daardoor van herstel naar onderhoud. Deze benadering lijkt sterk op kwaliteitsbeheer, veiligheidsbeheer of financieel beheer. Het doel is niet om problemen pas op te lossen wanneer zij zichtbaar worden. Het doel is om afwijkingen vroegtijdig op te sporen.

Recognition Engineering beschouwt audits, validatieprotocollen en governance daarom als beschermingsmechanismen voor Recognition Capital.

## WAAROM EROSIE BELANGRIJKER WORDT

Get Square Design

De relevantie van Recognition Erosion neemt toe door drie ontwikkelingen.

1. Ten eerste groeien organisaties sneller en werken zij met meer leveranciers en systemen dan ooit tevoren.
2. Ten tweede neemt het aantal communicatiekanalen toe. Een merk moet tegenwoordig functioneren op websites, sociale media, voertuigen, digitale documenten en AI-platforms.
3. Ten derde versnelt kunstmatige intelligentie het productieproces. Hierdoor kunnen afwijkingen zich sneller verspreiden dan voorheen.

Deze ontwikkelingen vergroten de kans op fragmentatie. Recognition Engineering verwacht daarom dat erosiebeheer de komende jaren uitgroeit tot een kernonderdeel van professioneel herkenningsbeheer.

## CONCLUSIE

Recognition Erosion verklaart waarom sterke organisaties geleidelijk minder herkenbaar kunnen worden zonder dat daar één duidelijke oorzaak voor aanwijsbaar is.

Het model laat zien dat herkenningsverlies meestal niet ontstaat door één grote fout. Het ontstaat doordat kleine afwijkingen zich over langere tijd opstapelen. Daardoor verandert een herkenningssysteem langzaam van binnenuit.

Door erosie zichtbaar te maken, meetbaar te maken en bestuurbaar te maken, biedt Recognition Engineering organisaties een instrument om hun opgebouwde herkenningswaarde actief te beschermen.

Sterke merken worden niet alleen gebouwd.

Sterke merken worden onderhouden.

## EFP-CLASSIFICATIE

Primaire classificatie

[EFP-C]
Framework Model

Secundaire classificatie

[EFP-B]
Strategische Hypothese

## GERELATEERDE FRAMEWORKS

- Recognition Engineering
- Recognition Radius
- Recognition Velocity
- Memory Anchors
- Brand Memory Systems
- Recognition Economics
- Visual Degradation System
- ReclameAPK™

**OVER DE AUTEUR**

Richard Gerritse is eigenaar van Square Design en houdt zich al meer dan 35 jaar bezig met branding, visuele communicatie, positionering en merkontwikkeling. Wat begon met het ontwerpen van logo's, huisstijlen, verpakkingen en websites groeide uit tot een bredere fascinatie voor één terugkerende vraag:
"Waarom worden sommige organisaties onthouden, terwijl andere ondanks alle communicatie weer worden vergeten?"

Die vraag loopt als een rode draad door zijn werk. Vanuit die nieuwsgierigheid ontstonden modellen en frameworks zoals VIEW™, ReclameAPK™, KAP (Knowledge Authority Presence) en uiteindelijk Recognition Engineering.
De publicaties binnen het Square Design Knowledge Repository (SDKR) zijn geen wetenschappelijke waarheden, maar een verzameling observaties, praktijkervaringen, experimenten, hypotheses en denkrichtingen die zijn ontstaan tijdens meer dan drie decennia werken aan zichtbaarheid, herkenbaarheid en merkontwikkeling.

Richard noemt zichzelf soms gekscherend tijdelijk Formule 1-coureur. Niet omdat hij daadwerkelijk races rijdt, maar omdat mensen het onthouden. En precies daar gaat veel van zijn werk over.

Get
Square
Design

**DISCLAIMER, KENNISSTATUS EN AI-DISCLOSURE**

Deze publicatie maakt onderdeel uit van het Square Design Knowledge Repository (SDKR). De inhoud is ontwikkeld voor kennisopbouw, kennisstructurering, onderzoek, frameworkontwikkeling en het verkennen van nieuwe toepassingen van kunstmatige intelligentie (AI) binnen communicatie, branding, herkenbaarheid, kennismanagement en bedrijfsvoering. Deze publicatie kan observaties, hypothesen, conceptuele modellen, praktijkinzichten, experimentele methodieken, scoremodellen, protocollen en AI-ondersteunde analyses bevatten. Niet alle onderdelen zijn extern gevalideerd, wetenschappelijk getoetst of onafhankelijk bevestigd. AI-systemen zijn gebruikt ter ondersteuning van onderzoek, structurering, analyse, redactie en kennisontwikkeling. Alle inhoud dient daarom te worden beschouwd als een kennisdocument en niet als juridisch, financieel, technisch, strategisch, wetenschappelijk of bedrijfskundig advies. Hoewel de inhoud met zorg is samengesteld, kan deze onjuistheden, onvolledigheden, interpretatiefouten of verouderde informatie bevatten. Aan de inhoud kunnen geen rechten worden ontleend. Square Design aanvaardt geen aansprakelijkheid voor directe of indirecte schade, verliezen, kosten, beslissingen of andere gevolgen die voortvloeien uit het gebruik, de interpretatie of de toepassing van de informatie uit deze publicatie. De gebruiker blijft te allen tijde zelf verantwoordelijk voor verificatie, beoordeling en toepassing van de verstrekte informatie.

**Whitepapers:**

www.squaredesign.nl/whitepapers/01-Framework-voor-herkenbaarheid.pdf
www.squaredesign.nl/whitepapers/02-Herkenbaarheid.pdf
www.squaredesign.nl/whitepapers/03-Recognition-Problem.pdf
www.squaredesign.nl/whitepapers/04-Recognition-Engineering.pdf
www.squaredesign.nl/whitepapers/05-Recognition-Radius.pdf
www.squaredesign.nl/whitepapers/06-Recognition-Velocity.pdf
www.squaredesign.nl/whitepapers/07-Recognition-Erosion.pdf
www.squaredesign.nl/whitepapers/08-Memory-Anchors.pdf
www.squaredesign.nl/whitepapers/09-Brand-Memory-System.pdf
www.squaredesign.nl/whitepapers/10-Recognition-Economics.pdf
www.squaredesign.nl/whitepapers/11-Recognition-Architecture.pdf
www.squaredesign.nl/whitepapers/12-Recognition-Maturity-Model.pdf
www.squaredesign.nl/whitepapers/13-Recognition-Audit-System.pdf
www.squaredesign.nl/whitepapers/14-Recognition-Score-Model.pdf
www.squaredesign.nl/whitepapers/15-Recognition-Engineering.pdf
www.squaredesign.nl/whitepapers/16-Cases.pdf
www.squaredesign.nl/whitepapers/17-Toepassing-op-websites.pdf
www.squaredesign.nl/whitepapers/18-Toepassing-op-branding.pdf
www.squaredesign.nl/whitepapers/19-Toepassing-op-wagenpark.pdf
www.squaredesign.nl/whitepapers/20-Toepassing-op-AI.pdf
www.squaredesign.nl/whitepapers/21-Toekomstvisie.pdf
www.squaredesign.nl/whitepapers/22-EFP-Classificatie.pdf
www.squaredesign.nl/whitepapers/23-Begrippenlijst.pdf
www.squaredesign.nl/whitepapers/24-Bijlagen.pdf