
Dit is de huisstijl van het stadsmerk Beverwijk. Je stad in IJmond-Noord.

Handboek voor het gebruik van
de huisstijlelementen en het maken
van iconen, verhalen en merkingen.

Januari 2022



beverwijk
je stad in
ijmond-noord

Je vindt het hier.

03	Logo en woordmerk	13	Fotografie
04	Iconen en skylines	15	Films
07	Personaliseren	17	Tone of voice
08	Kleuren	19	Uitingen
09	Lettertype	27	Contact

► Dit handboek is een naslagwerk voor de merkpartners en de communicatiepartners.

Logo en woordmerk.



beverwijk
je stad in
ijmond-noord

Logo

- Het basislogo bestaat uit een beeldmerk én woordmerk in een vaste formatie.
- Het logo wordt altijd met een gekleurd beeldmerk gebruikt.
- Hoe het logo in uitingen kan worden geplaatst, vind je terug in het hoofdstuk 'uitingen'.

beverwijk
je stad in
ijmond-noord

Woordmerk

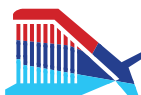
- Het woordmerk bevat de claim/belofte.
- Het woordmerk wordt alleen in combinatie met iconen en skylines van iconen gebruikt. Lees hier meer over in het hoofdstuk 'iconen en skylines'.
- Het woordmerk alleen in zwart of wit plaatsen.
- Altijd in kleine letters met het accent op 'je stad' (bold).

Bestandenset downloaden



Iconen en skylines.

De iconen vormen een uniek onderdeel van de visuele identiteit. Symbolen van markante plekken of thema's waar we trots op zijn, of bekend om staan. Kortom, herkenbaar Beverwijk.



Iconen

- De stijl sluit aan op het mozaïek: het beeldmerk uit het basislogo.
- Elk icoon bevat lijnen (uitsparingen).
- Iconen worden uitgevoerd in kleur, zwart of wit. Voor de kleurenversies wordt een patroon gebruikt dat is gebaseerd op het beeldmerk.

Icoon als keyvisual

- De kleurenversies van de iconen kunnen worden gebruikt als key visuals.

Lees meer over de plaatsing van de iconen in het hoofdstuk 'uitleg'.

Al deze iconen samen vormen een bibliotheek. Deze iconen zijn opvraagbaar via het online platform ijmond-noord.nl

Skylines

Sommige thema's zijn niet in één icoon te vangen. Daarom kan een reeks van iconen worden gebruikt. Zo'n reeks van iconen noemen we een skyline.

Het aantal iconen in een skyline is afhankelijk van de grootte en verhoudingen van een uiting. Lees hier alles over in het hoofdstuk 'uitingen'.

- De skylines worden alleen in zwart of wit geplaatst.
- De skylines worden altijd in combinatie met het woordmerk gebruikt en vormen samen de afzender.
- De onderlinge verhoudingen zijn gelijk aan elkaar en worden altijd proportioneel vergroot of verkleind.

beverwijk
je stad in
ijmond-noord



beverwijk
je maakstad
in ijmmond-noord



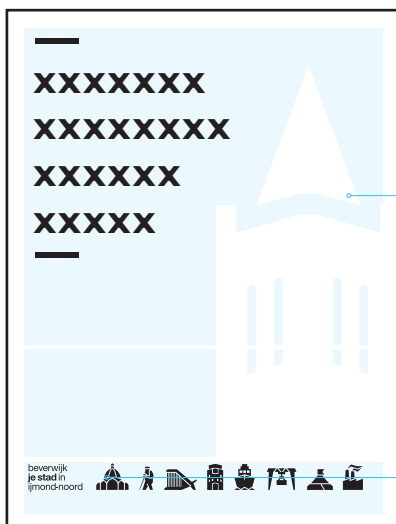
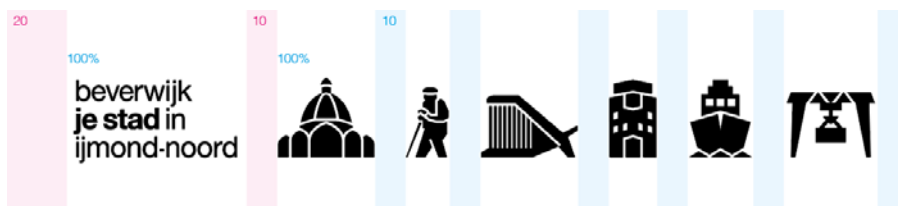
► **Iconen en skylines worden op maat ontwikkeld.**
Suggesties of verzoeken voor het maken van nieuwe iconen of skylines kunnen worden ingediend via het online platform ijmond-noord.nl

Contact



Icoon als key visual én iconen skyline

Een icoon als key visual en een iconen skyline kunnen samen in één uiting worden gebruikt. De richtlijnen hiervoor zijn terug te vinden in het hoofdstuk 'uitingen'.



Icoon als key visual

Altijd in kleur geplaatst op een gekleurde achtergrond.

Icoon in skyline

Skyline van iconen in combinatie met het beeld als afzender binnen een uiting.

Personaliseren.

Logo voor merkparkers

Als merkparker kun je je eigen icoon en woordmerk laten maken.

- Het icoon vormt het beeldmerk en staat symbool voor de merkparker.
- Het woordmerk bevat de naam van de merkparker en specifieke claim/belofte.



[stakeholder]
je [beschrijving]
in ijmوند-nوورد

Voorbeelden woordmerk:

kennemer theater
je avondje uit
in ijmوند-nوورد

greenbiz ijmوند **je groene**
ondernemersnetwork
in ijmوند-nوورد

Voorbeeld icoon + woordmerk:

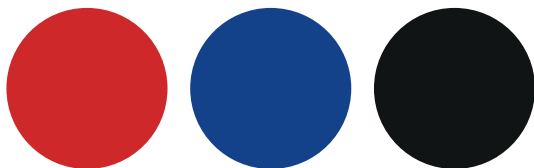


kennemer college
je scholengemeenschap
in ijmوند-nوورد

Kleuren.

Het kleurenpalet bestaat uit een primair en secundair palet.
De huidige kleuren van de gemeente Beverwijk vormen het primaire kleurenpalet.

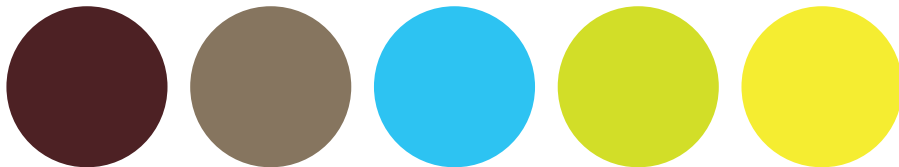
Primair palet



cmyk	15, 100, 100, 0	100, 90, 10, 0	0, 0, 0, 100
hex	#CD1013	#243282	#000000

- In toepassingen is altijd sprake van één rood of blauw element.
- Deze wordt gecombineerd met minimaal één secundaire kleur.
- Per uiting worden niet meer dan drie kleuren gebruikt.

Secundair palet



cmyk	42, 82, 70, 61	10, 24, 42, 45	65, 0, 0, 0	20, 0, 100, 0	5, 0, 90, 0
hex	#562320	#978469	#3EC0F0	#DEDC00	#FCEA06

Lettertype.

AaBbCc
AaBbCc

Het huisstijllettertype is de Loos lettertype-familie. Alleen de lettertype-varianten 'bold' en 'regular' worden in de huisstijl gebruikt.

Het lettertype is een commercieel lettertype en dient per gebruiker aangeschaft te worden. In Office-documenten of mailtemplates wordt de Loos vervangen door de Arial.

Er zijn templates van basisuitingen beschikbaar, waarin de lettertypes al op de juiste manier zijn toegepast.



beverwijk
je stad in
ijmond-noord

Het woordmerk is opgebouwd uit de Helvetica; het lettertype uit het gemeentelogo. Daarmee is er een onderlinge connectie. De Helvetica wordt verder niet gebruikt in de huisstijl.

Tekst-stijlen

In onderstaand overzicht worden de belangrijkste tekst-stijlen weergegeven. De specificaties zijn de op hierna volgende pagina's per onderdeel terug te vinden.

1 Dit is een kop

2

3 Dit is een subkop

Officae int lant volorer cimust
perferrovid quam, temperfero quia

4 Dit is een tussenkop

commost, officid enet, cus et prat.

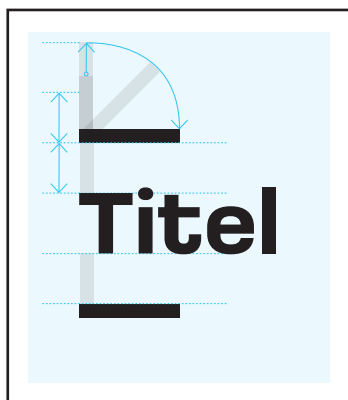
5 Dit is een introtekst voluptaque nus reperfe numquae.

6 Dit is de bodytekst rit consend escitiae volenit, modit officiet verspe latenit, testem anditiat quis magni natat molorat.

1 Koppen

Lettertype:	Loos Normal Bold
Corps:	Variabel
Regelafstand:	95% van gekozen corps
Spatiering:	Optisch
Reeksspatiering:	-10
Kleur:	Zwart of diapositief

Dit is een kop



2 Streepje bij koppen

De heading wordt altijd tussen de twee streepjes geplaatst. De grootte én positie van het streepje worden bepaald door de letter 'l' in het gekozen corps van de heading.

De letter 'l' in onderkast wordt verhoogd naar 150%, de breedte blijft gelijk. De afstand tot de tekst is 50% van die nieuwe hoogte, gebaseerd op de kapitaalhoogte.

3 Subkoppen

Lettertype:	Loos Normal Regular
Corps:	Variabel
Regelafstand:	95% van gekozen corps
Spatiering:	Optisch
Reeksspatiering:	0
Kleur:	Zwart of diapositief
Plaatsing:	Altijd in combinatie met heading.

Dit is een subkop

4 Tussenkoppen

Lettertype: Loos Normal Bold
Corps: 11 (uitgangspunt)
Regelafstand: 12 (of 110% van corps)
Spatiering: Optisch
Reeksspatiering: 0

Afstand na tussenkop
is gebaseerd op een
regelafstand van 150%

5 Intro

Lettertype: Loos Normal Bold
Corps: 11 (uitgangspunt)
Regelafstand: 18 (of 160% van corps)
Spatiering: Optisch
Reeksspatiering: 0
Kleur: Zwart

6 Body

Loos Normal Regular
9 (uitgangspunt)
12 (of 133% a corps)
Optisch
0
Zwart

Fotografie.

Met fotografie brengen we het aanbod in Beverwijk in beeld en krijgen de verhalen de juist beleving. De thema's bepalen wat we fotograferen. De merkwaarden en de richtlijnen bepalen hoe we dat doen.

Puur en Eerlijk

Dus géén beelden die met Photoshop in elkaar zijn gezet en die niet echt op die manier bestaan of gefakete zonsondergangen of tot model bewerkte mensen op de foto's. Kleine (kleur)-correcties mogen wel, als het echt noodzakelijk is om een realistischer of frisser beeld te krijgen.

Caught in the act

Mensen (en dieren) die op de foto worden gezet zijn bezig. Minding their own business en dus hebben ze geen oog voor de fotograaf. Beverwijk is een stad van doeners. Hard werken, maar ook in je vrije tijd lekker actief bezig zijn. Op de beelden wordt dat zichtbaar: geen geposeerde foto's, geen mensen en dieren die in de camera kijken. Je moet je als kijker onderdeel voelen van het beeld, van de stad.

Focuspunt

Het onderwerp van de foto moet duidelijk zijn. Bij een beeld van een kop koffie is dat natuurlijk helder. Maar ook als het een overzicht betreft, moet er één punt zijn waar je oog naar toe getrokken wordt. Ook zo ben je als kijker onderdeel van het plaatje.

Contrastrijk

Beverwijk is een stad vol contrasten. Dat moet terugkomen in de beelden. Een goede mix tussen close ups en uitgezoomd beeld, tussen details en overviews, tussen de seizoenen, de locaties en de activiteiten. Ook binnen de beelden mogen schaalverschillen duidelijk zichtbaar zijn. Een piepklein bloemetje groot op de voorgrond, met een megaschip klein op de achtergrond bijvoorbeeld. Het spelen met de schaalgrootte versterkt de beeldtaal.

Up-to-date

De uitstraling van de foto's moet van stedelijke kwaliteit zijn. Coole, professioneel gefotografeerde beelden. Diversiteit in mensen qua leeftijd, leefstijl en culturen, nooit doorsnee.

Technisch in orde

Resolutie: 300 ppi voor drukwerk, 72 ppi voor beeldscherm.

Beelden downloaden of zelf foto's maken



Films.

Met film kunnen we Beverwijk in al haar diversiteit laten zien en de verhalen uit de stad tot leven brengen. De thema's en de merkwwaarden bepalen wat we in beeld brengen en de richtlijnen bepalen hoe we dat doen.

We maken korte filmpjes om het onderscheidende aanbod in beeld te brengen en mini docu's om onderwerpen uit te lichten of mensen te portretteren.

Alle filmpjes zijn bedoeld als storytelling, ze zijn breed inzetbaar richting verschillende doelgroepen. Ze krijgen dus geen call-to-action. Een doelgroepgerichte boodschap of call-to-action kan wel toegevoegd worden bij het inzetten van een filmpje in een social media campagne, in de tekst van een nieuwsbrief of in een presentatie. Ook kunnen voor dit doel korte clips/triggers worden gemaakt.

In de korte filmpjes zien we een snelle opeenvolging van beelden van het onderwerp, afgewisseld met snappy shots/sfeerbeelden uit de stad. De geluiden van de stad zorgen voor extra beleving. In de korte filmpjes zitten geen interviews, ze worden voorzien van een vaste voice over. Ook worden ze voorzien van vaste visuele elementen uit de huisstijl. Daarmee creëren we herkenbaarheid en vormen alle korte filmpjes samen een mooie serie.

De mini docu's bieden verdieping, de sfeer is rustiger, er is aandacht voor het onderwerp en mensen uit de stad komen uitgebreid aan het woord. Ze worden altijd voorzien van de vaste visuele elementen uit de huisstijl.

Als zich een 'twist/kwinkslag' op natuurlijke wijze aandient bij het onderwerp, dan nemen we die mee, maar humor is geen doel.

Muziek

Alle filmpjes worden voorzien van muziek, passend bij het onderwerp en de sfeer van Beverwijk: energie en stads.

Credits

Als er beeld van stakeholders uit de stad is gebruikt, worden de credits vermeld.

Ondertiteling

Afhankelijk van de doelgroep, de boodschap en het communicatiekanaal wordt bepaald of een filmpje ondertiteld wordt.



Films downloaden of zelf filmpjes maken



Tone of voice.

Teksten over Beverwijk dragen bij aan de positieve beeldvorming. De pijlers bepalen waarover we schrijven. De merkwwaarden en de richtlijnen bepalen hoe we dat doen, welke woorden we kiezen en welke stijl we gebruiken.

Duidelijk en positief

In Beverwijk zeggen we wat we bedoelen. We hebben een recht-voor-zijn-raap-mentaliteit. Dat kan wat bot overkomen, maar het is wel duidelijk. En juist dat brengt ons vaak verder, zo helpen we elkaar vooruit. Onze grondhouding is positief en behulpzaam. In teksten zijn we dus direct, maar nooit lomp. We maken altijd strategische én menselijke afwegingen: wat wil je bereiken en hoe creëer je begrip.

Kort en bondig

Het gaat om de boodschap, die moet helder zijn. Wollig taalgebruik of complexe formuleringen zorgen voor onbegrip en irritatie. We hebben dat in Beverwijk ook niet nodig. Humor in de schrijfstijl vormt een onderdeel van de merkbeleving. Het moet er niet te dik bovenop liggen, maar een beetje zelfspot past ons heel goed.

Persoonlijk

We spreken de ontvanger rechtstreeks aan, waar mogelijk bij naam. Dat schept een band en voorkomt misverstanden, fouten en ergernissen. Tutoyeren hoort daarbij, dus we spreken de ontvanger aan met je, jij of jou. Dat maakt ons merk benaderbaar. De stijl van Beverwijk is voor iedereen gelijk of dat nu een inwoner, ondernemer, wethouder of een ambtenaar is.

Zorgvuldig

Toegankelijk taalgebruik wil niet zeggen dat taalfouten geen probleem zijn. Teksten zijn begrijpelijk en foutloos. Iemand vragen om even mee te lezen is altijd een goed idee.

Beter Beverwijks: richtlijnen voor de gemeente

Er is een verschil tussen communicatie van de gemeente (zakelijk/persoonlijk) en communicatie vanuit het meer stads-merk (persoonlijk). Voor communicatie van de gemeente is de Schrijfwijzer 'Beter Beverwijks' leidend.



Basisteksten gebruiken



Uitingen.

Type boodschappen

Er zijn drie verschillende basisuitingen waarmee we het merk laden: vanuit de sterke punten van de stad, de merkwaarden of boodschappen van merkpartners.

'Hier' in Beverwijk

Er wordt een vast tekstconcept gehanteerd: door iedere boodschap af te sluiten met het begrip 'hier', maken we duidelijk waarvoor en waarom je in Beverwijk moet zijn.

Sterke punten



Merkwaarden



Gepersonaliseerd (merkpartners)



Anatomie basisuiting

Kop

Hoofdboodschap vanuit 'je vindt het hier'.

Subkop

Ruimte voor het plaatsen van een subboodschap.

Afzender

Woordmerk met skyline.



Lijnen

De kop wordt altijd tussen twee lijnen geplaatst.

Key visual

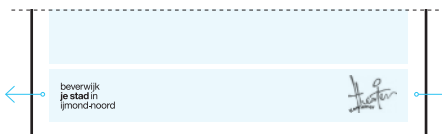
Gebied voor het plaatsen van een key visual.

Afzender gepersonaliseerde (merkpartner) uitingen

OPTIE A

Afzender

Beverwijk Je stad in IJmond-Noord woordmerk.



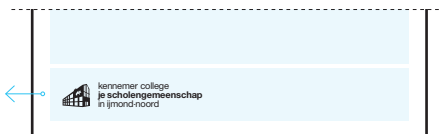
Merkpartner

Logo merkpartner in zwart of wit.

OPTIE B

Afzender

Gepersonaliseerd logo: icoon en claim in zwart of wit.



Type uitingen

Er kan gekozen worden voor drie type uitingen:



1) Uiting zonder visual

De achtergrond is een patroon in de huisstijl-kleuren.

Toepassing zie [layout en grids](#)



2) Uiting met icoon

Eén icoon wordt gebruikt als key visual en wordt op een achtergrondkleur uit het [kleurenpalet](#) geplaatst.

Toepassing zie [layout en grids](#)



3) Uiting met foto

Een foto uit de [beeldbank](#) is de key visual. En wordt in combinatie met een achtergrondkleur geplaatst.

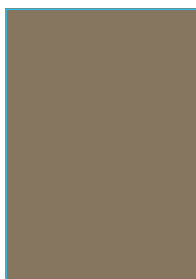
Toepassing zie [layout en grids](#) en het hoofdstuk [fotografie](#) voor het gebruik van foto's.

Templates en sjablonen

Voor het maken van merkuitingen zijn er templates en sjablonen beschikbaar in Powerpoint en Indesign. De templates en sjablonen zijn beschikbaar in diverse gangbare formaten (portrait en landscape) [via de toolkit op ijsmond-noord.nl](#).

Dynamische layout

De basisuitingen bestaan altijd uit 3 vlakken, zie hieronder. De vlakken 2 en 3 kunnen in alle verschillende hoeken worden geplaatst per uiting. Een dynamische layout dus. Dynamische layouts zorgen voor variatie en diversiteit mét behoud van uniformiteit. Voor elke uiting kan de ideale layout worden gecreëerd.



1 Kleurvlak



2 Fotovlak

Deze kan in elke willekeurige hoek en positie geplaatst worden.



3 Diagonaal kleurvlak

Deze kan in elke willekeurige hoek en positie geplaatst worden.

Drie variaties van één uiting als voorbeeld:



Layouts en grids

De layout voor alle documenten wordt bepaald door een basis-grid. Met het basisgrid worden de documentmarges rondom gedefinieerd en daarmee wordt de vlakverdeling bepaald.

Documentmarges

De documentmarges worden bepaald door de kortste zijde van de uiting en gedeeld door 14.

In dit voorbeeld: een A4 document met een kortste zijde van 210 mm. De documentmarge is $210/14=15\text{mm}$



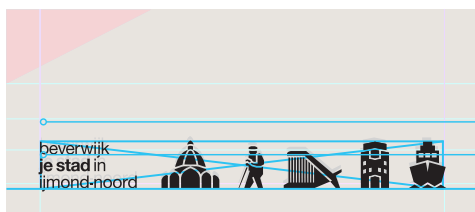
Hulplijnen

Binnen de documentmarges worden 5 hulplijnen geplaatst. Dit zorgt voor een consistente opbouw en vlakverdeling. Deze regel geldt voor A-standaarden (A4, A3, etc) en dient voor afwijkende formaten als richtlijn.

Skylines in uitingen

Voor het plaatsen van skylines in een uiting zijn drie groottes gedefinieerd, namelijk: de ideale, de minimale en de maximale hoogte.

- Ideale hoogte: de basislijn van het woord 'beverwijk' rust op 1x de documentmarge.
- Minimale hoogte: 1x de documentmarge.
- Maximale hoogte: 2x de documentmarge.



Maximale hoogte skyline:
2x de documentmarge

Ideale hoogte skyline:
basislijn 'beverwijk' rust op 1x
de documentmarge-lijn.

Minimale hoogte skyline: 1x de
documentmarge

Plaatsen en bijsnijden van skylines

Binnen de minimale en maximale hoogte kan de skyline geplaatst en bijgesneden worden als dat nodig is. Dit kan betekenen dat er meer of minder iconen zichtbaar zijn.



Voorbeeld plaatsen en
bijsnijden skyline bij
maximale hoogte.

Icoon in een uiting plaatsen

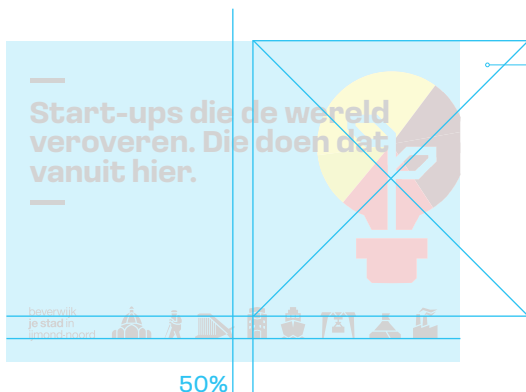
Een icoon kan als keyvisual worden geplaatst. Het icoon wordt dan altijd in kleur geplaatst op een achtergrond met gewenste kleur uit het kleurenpalet.



Icoon in staande uitingen

- Het icoon wordt binnen de documentmarge geplaatst en
- aan de bovenzijde tot de rand van het document.

Daardoor wordt het icoon altijd op de juiste grootte geplaatst en afgesneden aan de rechterzijde.



Icoon in liggende uitingen

- Het icoon wordt geplaatst op de helft van de document-breedte, plus 1x de document-marge.
- Het icoon wordt aan de bovenzijde tot de rand van het document geplaatst en aan de onderzijde binnen 2x de documentmarge.

Daardoor wordt het icoon altijd op de juiste grootte geplaatst en afgesneden aan de rechterzijde.

Contact

Voor vragen over het gebruik van de huisstijl en materialen kan contact op worden genomen met:

communicatie@ijmond-noord.nl