

Heerlijk Harderwijk!

HUISSTIJLHANDBOEK

Richtlijnen voor gebruik van de huisstijl;
Heerlijk Harderwijk!



INHOUD

	Voorwoord	1
1.0	Logo Het hoofdlogo	3
1.1	Logo Sublogo's.....	5
1.2	Logo Iconen.....	7
1.3	Logo Uitzonderingen.....	9
2.0	Kleurgebruik	11
3.0	Typografie	13
4.0	Fotografie	15
5.0	Tone of voice	17
6.0	Do's & Don'ts Gebruik hoofdlogo	19
6.1	Do's & Don'ts Gebruik sublogo's.....	21
6.2	Do's & Don'ts Gebruik icoon	23
6.3	Do's & Don'ts Gebruik grafische elementen	25
7.0	Toestemming voor gebruik	27
9.0	Colofon	29



VOORWOORD

Harderwijk

Heerlijk Harderwijk!

Harderwijk is een veelzijdige stad. Ontdek Harderwijk zoals jij dat wilt. Duik in de rijke historie. Geniet van de weelderige natuur. Van kunst en cultuur. Van de evenementen die onze stad het hele jaar door biedt. En leef je uit op fiets, boot of in sportkleding.

Toch heeft Harderwijk wel degelijk een sterk eigen karakter. Harderwijk biedt avontuur en plezier, is vernieuwend, energiek en gastvriendelijk. De stad heeft een romantisch karakter. Op basis van deze kernwoorden zijn we gekomen tot één karakteristieke huisstijl, passend bij de stad. Beschikbaar voor iedereen die Harderwijk naar buiten toe communiceert. Ondernemers, (evenementen) organisaties en initiatiefrijke inwoners. Samen zijn we Harderwijk.

Aan de slag met de huisstijl of het logo?
Hanteer dan dit huisstijlhandboek.

Eén gezicht

Het is belangrijk dat Harderwijk één gezicht naar buiten laat zien. Dat biedt duidelijkheid. Het zorgt ervoor dat mensen een uniform beeld krijgen bij Harderwijk, als stadje dat veel te bieden heeft. We hopen dus dat alle partijen de huisstijl en het logo gaan gebruiken in hun campagnes en communicatiemiddelen. Want hoe beter we dit met zijn allen oppakken, hoe krachtiger de positionering van onze stad wordt. Uiteindelijk plukken we daar met zijn allen de vruchten van.

Het succes van huisstijl en logo valt of staat vooral ook met de eenduidigheid in gebruik. Voor de toepassing hiervan geldt dus een aantal spelregels. Wil je afwijken van de voorbeelden in dit boek? Of twijfel je over de toepassing? Dan vragen we van je om het ontwerp even voor te leggen aan afdeling marketing 'Stichting Verhaal van de Stad'.



Heerlijk Harderwijk!

LOGO

Het hoofdlogo

De 'H' van Harderwijk

De 'H', een intrigerende letter. De H is als een opgewekte begroeting: "Hallo!" Als een kreet van enthousiasme en positieve verbazing: "Ha!" Kortom, de letter 'H' is gastvrij van betekenis. Bovendien is ze fraai van vorm. De 'H' is goedbeschouwd een logo van zichzelf. De bovenkant van de 'H' symboliseert tevens de kantelen die de Harderwijkse stad al van oudsher typeert.

De 5 poorten

De 'H' van het logo verbeeldt een denkbeeldige poort. Als toegang tot een stadje dat het ontdekken waard is. Harderwijk is ook een veelzijdig stadje. met voor ieder wat wils. De vijf iconen staan bovendien voor de vijf historische poorten die Harderwijk ooit rijk was. In een ver verleden konden mensen de stad door het land bereiken via de Grote Poort, de Luttekepoort en de Smeepoort. En aan de zee kant via de Hoge Bruggepoort en de Lage Bruggepoort (sinds 1544 Vischpoort geheten).

Eén beeldmerk, vijf varianten.

Zodat iedereen zich kan identificeren van één bepaald onderdeel.

Het kleurgebruik

De blauwtinten staan voor het water dat onze stad omringd. De groentinten staan voor bos en heide. Want de natuur is in Harderwijk altijd dichtbij.

Volgorde en plaatsing

Het middelste icoon is het algemene icoon van de stad Harderwijk. De locatie-pin in het midden van de H beeldt een universele locatie-pin uit. Deze locatie-pin wil zeggen: hier moet je zijn. Het geeft aan dat Harderwijk het geografische centrum van Nederland is. De buitenste twee iconen staan voor; water (de Randmeren, geografisch links van Harderwijk) en bos (de Veluwe, geografisch rechts van Harderwijk). De culturele en culinaire iconen zijn een greep uit de veelzijdige totaalervaring die Harderwijk biedt.

Pay-off

'Heerlijk Harderwijk!' is gekozen als familie-pay-off bij het hoofdlogo. Deze omschrijft het gevoel over Harderwijk.

HARDERWIJK

Heerlijk genieten!

HARDERWIJK

Heerlijk ontspannen!

HARDERWIJK

Heerlijk tafelen!

HARDERWIJK

Heerlijk beleven!

HARDERWIJK

Heerlijk ontdekken!

1.1

LOGO Sublogo's

Hiernaast de submerken in de vorm van de verschillende poorten. De elementen (Centraal Nederland, Water, Culinair, Cultuur en Bos) hebben elk hun eigen poort. Tezamen verbeelden deze logo's het veelzijdige aanbod van Harderwijk. Bij elk icoon hoort een specifieke pay-off.

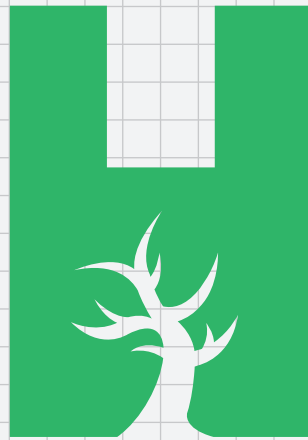
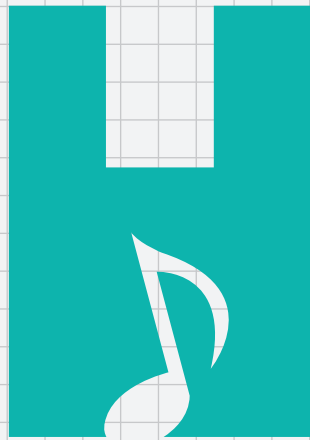
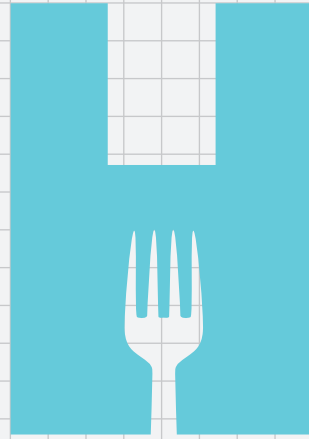
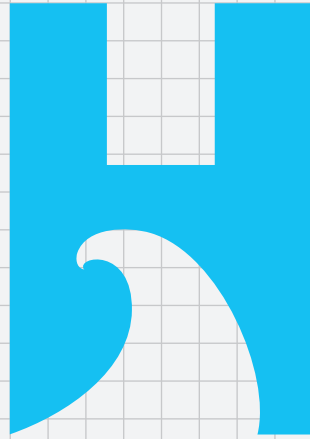
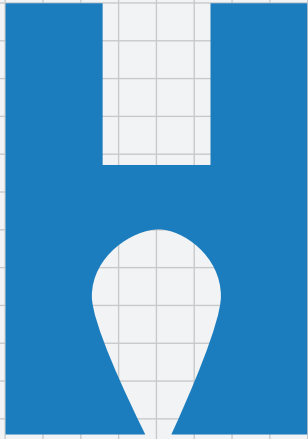
Gebruik door derden

Harderwijk nodigt organisaties en ondernemers uit om Harderwijk gezamenlijk op de kaart te zetten. Ons advies is om deze samenwerking te versterken door gebruik te maken van het sublogo dat past bij jouw branche. Je kunt dit sublogo bijvoorbeeld gebruiken in advertenties of websites. Dit bevordert de verspreiding en de herkenbaarheid van het 'merk' Harderwijk.

Hoe meer Harderwijkers aanhaken,
Hoe groter het succes van Heerlijk Harderwijk!

Elk logo is zo ontwikkeld dat het goed kan meeliften in de huisstijl van andere partijen, als een soort keurmerk. In deze gevallen is het Harderwijk-logo ondergeschikt aan het logo van de 'gastheer'. De enige voorwaarde is, dat het 'Heerlijk Harderwijk'-logo wordt geplaatst in de uiting volgens de spelregels die in dit document beschreven staan onder het hoofdstuk DO'S & DON'TS.

Wil je een sublogo gebruiken? Neem hiervoor rechtstreeks contact op met afdeling marketing 'Stichting Verhaal van de stad' via emailadres: marketing@visitharderwijk.nl



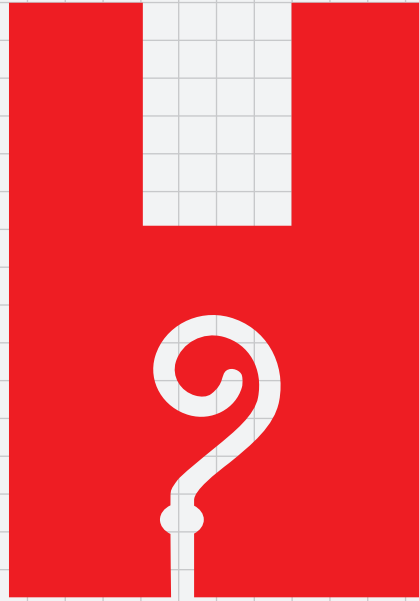
1.2

LOGO

icoon

Elk icoon staat voor een (vroegere) poort van Harderwijk. In volgorde zijn dat: Centraal Nederland, water, culinair, cultuur en bos. De iconen zijn een aanvulling op de sublogo's en mogen speels worden gebruikt. Bijvoorbeeld als icoon voor een vaste plek, als ruimtelijk object of als icoon in een routing.





 **ARDERWIJK**

Heerlijk avondje!

1.3

LOGO

Gelegenheids sublogo

Speciale gelegenheden

Sinterklaas, Kerst, Koningsdag, Valentijnsdag...ook dergelijke vrolijke gelegenheden moeten worden gedragen door de huisstijl. Door deze speciale dagen hun eigen vorm te geven, laten we zien dat de stad deze dagen omarmt.

We geven deze tijdelijke uitingen een eigen sublogo in de kleur rood. De kleur van uitbundigheid en passie. Immers, deze dagen zijn op zich al een feestje.





COBALT

CMYK

84-44-3-0

RGB

22-124-188

HEX

#167cbc

PANTONE

Process
blue

RAL

RAL 5017



**LICHT
BLAUW**

70-0-0-0

3-158-199

#039ec7

Cyaan

RAL5015



MINT

54-0-14-0

6-157-178

#069db2

3105 C

RAL6027



OCEAAN

75-3-38-0

0-166-160

#00a6a0

3262 C

RAL 5018



GROEN

75-0-80-0

43-168-97

#2ba861

354 C

RAL 6018



ROOD

0-100-100-0

224-0-27

#ff0000

Red

RAL 3000

2.0

KLEURGEBRUIK

Het kleurenspectrum biedt volop mogelijkheden.

Voor de huisstijl 'Heerlijk Harderwijk' is een kleurenspectrum samengesteld. Dit spectrum bestaat uit vijf kleuren.

Speciale gelegenheden

Buiten het kleurenspectrum wordt de kleur rood aangeboden voor de speciale gelegenheden.

OPEN SANS

Font: Open Sans Light (Optioneel gebruik)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvw

1234567890!@#\$%^&*()-_+=?/<>,.,"

Font: Open Sans Regular (Platte tekst)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvw

1234567890!@#\$%^&*()-_+=?/<>,.,"

Font: Open Sans Bold (Subtitels en links)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvw

1234567890!@#\$%^&*()-_+=?/<>,.,"

Font: Open Sans Extrabold (H1 titels)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvw

1234567890!@#\$%^&*()-_+=?/<>,.,"

NELLA SUE

Font: Nella Sue (Pay-off, Quotes)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvw

1234567890!@#\$%^&*()-_+=?/<>,.,"

3.0

TYPOGRAFIE

Open Sans

Open Sans is een schreefloos lettertype. Het is ontworpen met 'open vormen' en heeft een neutrale, maar vriendelijke uitstraling. Dit resulteert in een goede leesbaarheid zowel online als print.

Het Google-font 'Open Sans' heeft de extensie OpenType. Dit is de huidige standaard voor lettertypes. De typografie is te gebruiken op zowel Windows als Mac OS.

'Heerlijk Harderwijk' kent twee huisstijl lettertypes.

Nella Sue

Ter ondersteuning van de Open Sans is er gekozen voor de Nella Sue een persoonlijk en vriendelijk handgeschreven lettertype.



FOTOGRAFIE

Origineel en professioneel

Lezers zijn vaak meer gericht op beeld en minder op tekst. Beeld is de blikvanger van een publicatie. Het is daarom goed om professionele beelden te gebruiken en om beeldgebruik niet als sluitpost te zien. Een fotograaf brengt een onderwerp origineel en intrigerend in beeld. Vermijd nietszeggende beelden en clichés.

De mens in beeld

Foto's moeten toegankelijk zijn. Foto's waarop mensen staan zijn dat eerder dan abstracte afstandelijke foto's. De kijker kan zich sneller identificeren met een mens in beeld en krijgt referenties over maten en schalen. Het gevoel krijgen alsof je bij de gebeurtenis bent.

Geloofwaardig

Een beeld moet ook *geloofwaardig* zijn. We kiezen daarom voor registrerende in plaats van geregisseerde foto's. Dit zorgt voor authentieke momentopnamen van mensen in hun natuurlijke omgeving. En voor foto's die eerlijke emoties weergeven. Wij kiezen dus bij voorkeur niet voor poserende modellen.

Fotografie is een essentieel onderdeel van de huisstijl. Centraal staan de mens én de authenticiteit.

Duidelijke kleuren

Sfeerfotografie voor Harderwijk mag stevig van kleur en contrast zijn. Duidelijke en heldere kleuren zorgen voor een levendig beeld.

Beeldbank

We hebben een eigen beeldbank die steeds wordt aangevuld met nieuwe beelden in Low-res en High-res formaat. Wil je gebruikmaken van onze beeldbank? Neem dan even contact op met afdeling marketing 'Stichting Verhaal van de stad' via e-mail: marketing@visitharderwijk.nl



5.0

TONE OF VOICE

Teksten

Toegankelijk, inspirerend & activerend

We willen graag laagdrempelig communiceren. In beeld en natuurlijk ook in taal. Wij adviseren te communiceren op taalniveau B. Dit kenmerkt zich door:

- duidelijke titels en tussenkoppen;
- een actieve schrijfstijl;
- eenvoudige woorden die iedereen kent;
- korte en duidelijke zinnen (15-20 woorden)

Tone of voice

Het gaat er niet alleen om wát je zegt, maar ook hoe je het zegt. Het is dus belangrijk de juiste toon (tone-of-voice) te hanteren in je teksten. Kortgezegd luidt de tone-of-voice van Heerlijk Harderwijk:

- Activerend
- Toegankelijk & helder
- Opgewekt / positief
- Enthousiasmerend & inspirerend
- Jong & dynamisch

ORIGINEEL (voorkeur)



VARIANT



WITRUIMTE



DON'TS
grijstinten



schaduw



versmallen



verbreden



zonder payoff



DO'S & DON'TS

Gebruik hoofdlogo

Hoofdlogo

We willen graag zo helder en eenduidig mogelijk communiceren wat Heerlijk Harderwijk is, en waar wij voor staan. Alleen zo kan Heerlijk Harderwijk het kwaliteitsmerk worden wat we voor ogen hebben.



Do's

Met de volgende punten dien je rekening te houden:

- kies bij altijd het originele logo tenzij er niet voldoende kleurcontrast is ten opzichte van de achtergrond, kies dan de variant die beschikbaar is.
- gebruik het logo minimaal 30 mm breed
- Hou rekening met de witruimte rondom het logo

Don'ts

De volgende handelingen zijn niet wenselijk:

- grijstinten
- andere kleuren
- draaien
- schaduw
- versmallen of verbreden
- zonder payoff
- aflopend van de pagina

ORIGINEEL (voorkeur)



VARIANT



WITRUIMTE



DON'TS
grijstinten



schaduw



versmallen



verbreden



zonder payoff



6.1

DO'S & DON'TS

Gebruik sublogo's

Sublogo

We willen graag zo helder en eenduidig mogelijk communiceren wat Heerlijk Harderwijk is, en waar wij voor staan. Alleen zo kan Heerlijk Harderwijk het kwaliteitsmerk worden wat we voor ogen hebben.

Welke variant wanneer te gebruiken?
Bij twijfel neem gerust even contact via
marketing@visitharderwijk.nl

Do's

Met de volgende punten dien je rekening te houden:

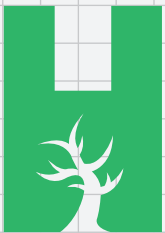
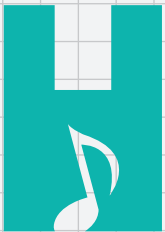
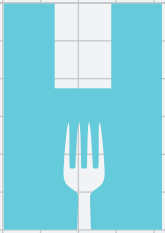
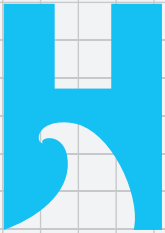
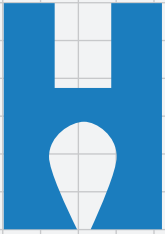
- kies bij altijd het originele logo tenzij er niet voldoende kleurcontrast is ten opzichte van de achtergrond, kies dan de variant die beschikbaar is.
- gebruik het logo minimaal 30 mm breed
- Hou rekening met de witruimte rondom het logo.

Don'ts

De volgende handelingen zijn niet wenselijk:

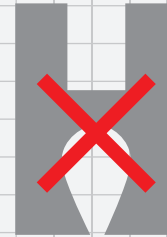
- grijstinten
- draaien
- schaduw
- versmallen of verbreden
- Zonder payoff
- aflopend van de pagina.
- andere kleuren

ORIGINEEL (voorkeur)

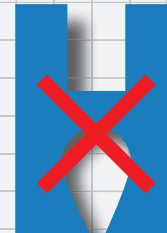


DON'TS

grijstinten



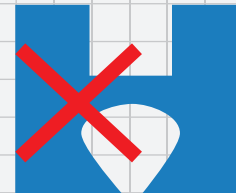
schaduw



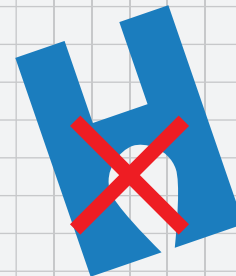
versmallen



verbreden



draaien



6.2

DO'S & DON'TS

Gebruik icoon

Icoon

We willen graag zo helder en eenduidig mogelijk communiceren wat Heerlijk Harderwijk is, en waar wij voor staan. Alleen zo kan Heerlijk Harderwijk het kwaliteitsmerk worden wat we voor ogen hebben.



Do's

Met de volgende punten dien je rekening te houden:

- gebruik voldoende kleur contrast ten opzichte van de achtergrond.

Don'ts

De volgende handelingen zijn niet wenselijk:

- niet aflopend
- grijstinten
- draaien
- schaduw
- versmallen of verbreden
- aflopend van de pagina

Heerlijk Harderwijk



TEKSTVLAKKEN

Bij gebruik van een tekstvlak gebruik een kleur uit het kleuren spectrum.

Bij gebruik van een tekstvlak op een foto gebruiken we een transparantie van 50%



KANTELEN

Niet halverwege op de pagina.



Altijd onderaan de pagina.

6.3

DO'S & DON'TS

Grafische elementen

We willen graag zo helder en eenduidig mogelijk communiceren wat Heerlijk Harderwijk is, en waar wij voor staan. Alleen zo kan Heerlijk Harderwijk het kwaliteitsmerk worden wat we voor ogen hebben.

Er zijn nog enkele grafische elementen waar gebruik van wordt gemaakt in de huisstijl van Heerlijk Harderwijk. Tekstvlakken en Kantelen. Deze zijn vrij te gebruiken. Hier enkele voorbeelden!





7.0

TOESTEMMING VOOR GEBRUIK

Het gebruik van het hoofdlogo is in principe voorbehouden aan de ambassadeurs van Harderwijk én aan de door gemeente en provincie gesubsidieerde instellingen, evenementen en festivals. Ondernemers en organisaties kunnen gebruikmaken van de sublogo's.

Het gebruik van sublogo's is pas toegestaan na toestemming van Stichting Verhaal van de stad óf nadat Stichting Verhaal van de stad het logo digitaal heeft toegestuurd. In praktijk betekent dit dat het ontwerp wordt bekeken door Stichting Verhaal van de stad.

Meer info via:
marketing@visitharderwijk.nl

Gelegenheids sublogo's zijn alleen aan te vragen door organisaties die Harderwijk naar buiten toe uitdragen. Bijvoorbeeld door middel van een evenement, een expositie of een andere bijzondere gelegenheid. Bedrijven kunnen dus geen gelegenheids-sublogo aanvragen voor eigen toepassing. Informeer naar de mogelijkheden – ook over de kosten – bij Stichting Verhaal van de stad.



8.0

COLOFON

Huisstijlhandboek

Concept en vormgeving

Barbara Knijff

Murcy van de Velde -Kalkhove

MURS Reclame

Tekst

Jeroen Fidder

Zeg. tekst en concept

Fotografie

Bart Verbruggen

Erik Rudolfs

Ton Pors

Contact

Marketing 'Verhaal van de stad'

marketing@visitharderwijk.nl

Uitgave: Januari 2016

