



WELKOM IN ONS HUISSTIJLHANDBOEK

VERSIE NOVEMBER 2019



WELKOM

Ons huisstijlhandboek is vooral een praktische gids waarin duidelijk de richtlijnen voor het toepassen van de huisstijl omschreven staan. Daarnaast bevat dit handboek downloads van het logo en diverse communicatie-uitingen om direct mee aan de slag te gaan.

Door de richtlijnen te volgen draagt elke gebruiker bij aan het behoud van de zorgvuldig opgebouwde identiteit van het Noorderpark Ruigenhoek.

Wij wensen iedereen veel succes en plezier met het gebruik van dit huisstijlhandboek.

Namens alle gebiedspartners van Noorderpark Ruigenhoek
*Staatsbosbeheer, Recreatieschap Stichtse Groenlanden, Gemeente Utrecht, Gemeente De Bilt,
Provincie Utrecht*



INHOUD

UITGANGSPUNTEN

Inleiding huisstijl 4

BOUWSTENEN

Beeldmerk 5
Logo 6
Logozone 7
Logo met pay-off 8
Logo formaat & positie 9
Kleurversies logo 10
Foutief gebruik logo 11
Dual branding 12
Kleuren & achtergrond-
patroon 13
Typografie 14
Papierkwaliteit 15
Beeldtaal 16
Moodboard beeldtaal 17

UITINGEN

Flyer 18
Poster 19
Button 20

DOWNLOADS

Logo's 21
Achtergrondpatroon 21
Flyer template 21
Poster template 21
Button template 21



INLEIDING HUISSTIJL

Huisstijl

Onze huisstijl is de visuele identiteit van de communicatie-uitingen van het Noorderpark Ruigenhoek. In deze huisstijl zijn alle visuele elementen vastgelegd zoals o.a. het logo, de typografie en het kleurgebruik. Daarmee creëert de huisstijl een krachtig en éénduidig beeld naar buiten.

Pay-off

De pay-off; *'De grootste achtertuin van Utrecht'*, onderstreept de propositie van het Noorderpark Ruigenhoek.

Propositie

De propositie; *Noorderpark Ruigenhoek is het recreatie en natuurgebied dat binnen handbereik ligt van de inwoners uit de regio Utrecht. In het gebied sta je niet alleen direct midden in de prachtige natuur maar ook in een weids landschap met twee indrukwekkende Waterliniëforten en vele bunkers. Dit bijzondere gebied, zo direct naast de deur, is een natuurlijk verlenging van de eigen leefomgeving, 'de grootste achtertuin van Utrecht'. Hier kunnen inwoners op adem komen en samen sporten, spelen en genieten. Zo draagt Noorderpark Ruigenhoek ook bij aan een gezonde leefomgeving voor iedereen.*

Communicatie-uitingen

Het heldere en eigentijdse design van de communicatie-uitingen ondersteunt ons doel om meer mensen kennis te laten maken met Noorderpark Ruigenhoek. En uit te nodigen het gebied te bezoeken.

Vragen

Met vragen over de toepassing van de huisstijl kunt u terecht bij:
noorderparkruigenhoek@provincie-utrecht.nl

BEELDMERK

Het design van het beeldmerk is een combinatie van natuur en historie. De natuur wordt verbeeld in een hart van bladeren, de historie in de contouren van een fort. De heldere kleuren groen en blauw benadrukken het bijzondere karakter van dit recreatie en natuurgebied.



LOGO

Het logo van Noorderpark Ruigenhoek bestaat uit een beeldmerk (illustratie) gecombineerd met een woordmerk (naam). Zij vormen samen het basis logo. Naast het liggende logo bestaat er ook een staande versie. In het gebruik heeft het liggende logo de voorkeur.

Het is ook mogelijk om het beeldmerk los te gebruiken. Dat kan alleen daar, waar het duidelijk is dat het park de afzender is.

- de typografie van het woordmerk mag nooit vervangen worden
- het kleurgebruik staat vast en mag niet gewijzigd worden
- de afstand en de positie van het beeldmerk ten opzichte van het woordmerk staan vast. Deze mogen nooit gewijzigd worden
- indien het beeldmerk los gebruikt wordt moet in dezelfde uiting altijd het basis logo terugkomen

[Ga direct naar download logo's](#)



liggend logo (basis logo)



staand logo



beeldmerk



LOGOZONE

Om de zichtbaarheid van het logo te waarborgen heeft het logo een vaste logozone waar geen andere elementen zichtbaar mogen zijn. De kaderlijnen geven de minimale ruimte rondom het logo weer. Bij verkleinen of vergroten van het logo verandert deze zone verhoudingsgewijs mee.



Ga direct naar download
logo's



LOGO MET PAY-OFF

De grootste achtertuin van Utrecht, is de pay-off. Deze wordt gebruikt op uitingen die de pay-off kunnen uitdragen of waar de pay-off de uiting versterkt. Voor uitingen die een lange inzetbaarheid hebben wordt het gebruik afgeraden.

Op briefpapier en enveloppen wordt het logo met de pay-off nooit gebruikt.

De pay-off wordt alleen in combinatie met het liggende logo gebruikt en staat altijd op een vaste positie ten opzichte van het logo.

- de typografie van de pay-off mag nooit vervangen worden
- het kleurgebruik staat vast en mag niet gewijzigd worden
- de afstand en de positie van de pay-off ten opzichte van het logo staan vast. Deze mogen nooit gewijzigd worden
- de regels voor het gebruik van het logo met pay-off op gekleurde achtergronden zijn gelijk aan het gebruik van het basis logo

[Ga direct naar download logo's](#)



LOGO FORMAAT & POSITIE

Het formaat waarop het logo gebruikt mag worden is afhankelijk van het formaat van de uiting. Bij een staand formaat is dat 1/14 van de hoogte (uitgaande van de logozone) en bij een liggend formaat 1/10 van de hoogte.

Het minimale formaat van het liggende logo zonder pay-off op welke uiting dan ook is 20mm.

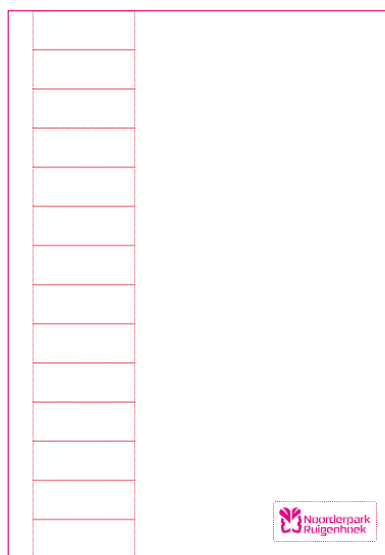
Het staande logo moet minimaal 15mm breed zijn en het liggende logo met pay-off is minimaal 40mm breed.

De positie van het logo op een uiting is altijd rechtsboven of rechtsonder.

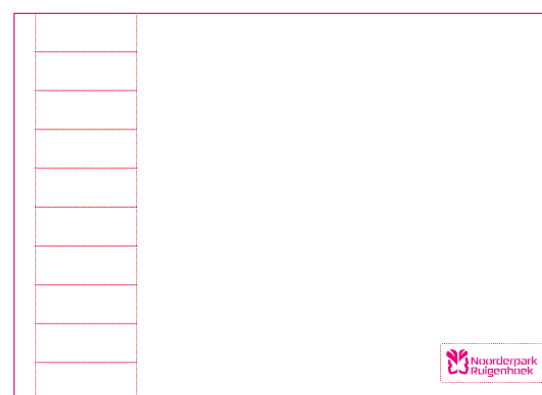
Ga direct naar [download logo's](#)



Formaat logo in print



14 x logozone



10 x logozone

Minimale formaat



20mm



15mm



40mm

KLEURVERSIES LOGO

Bij voorkeur wordt het logo (in 3 kleuren) op een witte achtergrond gebruikt. Voor de variatie mag het logo en het beeldmerk alleen op één van de huisstijlkleuren of op het cortenstaal achtergrondpatroon geplaatst worden.

Let op! Gebruik de juiste kleurenvariant van het logo bij de gekozen achtergrondkleur.



Basis logo op witte achtergrond



Basis logo op groene achtergrond



Basis logo op blauwe achtergrond



Basis logo op roze achtergrond



Basis logo op zwarte achtergrond



Basis logo op cortenstaal achtergrondpatroon

[Ga direct naar download logo's](#)



FOUTIEF GEBRUIK LOGO

Hier staan een aantal voorbeelden van foutief logo gebruik.



Logo met verkeerd gebruik van logo zone & stand.



Kleurenvariant logo op een niet huisstijl achtergrondkleur.



Hier is de verkeerde kleurenvariant van het logo geplaatst.



Er mag geen enkele tekst toegevoegd worden aan het logo.



Hier is de verkeerde kleurenvariant van het logo geplaatst.



Geen enkele variant van het logo mag op een foto worden geplaatst.

DUAL BRANDING

Dual branding

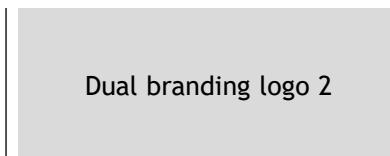
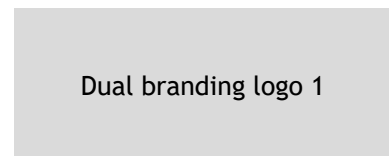
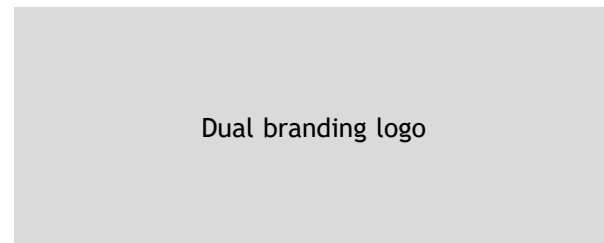
Als het logo geplaatst gaat worden in combinatie met logo's van partners of andere organisaties dan spreken we van dual branding.

Is Noorderpark Ruigenhoek de primaire afzender?

Plaats het logo van de partner links van het logo van Noorderpark Ruigenhoek, gescheiden door een dunne lijn. Gebruik de huisstijl conform dit huisstijlhandboek. Eventueel kan boven het logo van de partner de tekst *'in samenwerking met'* of *'mede mogelijk gemaakt door'* geplaatst worden.

Is de partner de primaire afzender?

In dit geval is de huisstijl van de partner leidend voor de positionering van het logo. Voor het formaat van het logo en de achtergrondkleur blijven de huisstijlregels van het Noorderpark Ruigenhoek van kracht.



KLEUREN EN ACHTERGROND PATROON

Het kleurenpalet bestaat in principe uit drie kleuren: één primaire kleur, één secundaire kleur en één actie kleur. De kleuren worden altijd in 100% toegepast.

Er wordt in de huisstijl gebruik gemaakt van 1 achtergrondpatroon. Dit achtergrondpatroon is een afgeleide van het cortenstaal dat gebruikt wordt in de bebording in het gebied. Het achtergrondpatroon mag nooit meer als 20% zichtbaar zijn op een uiting. Het gebruik van dit achtergrondpatroon wordt heel bescheiden toegepast.

Primair



CMYK 100 · 13 · 0 · 0
 RGB 0 · 133 · 202
 PMS Process Blues C
 HEX 0085CA

Secundair



CMYK 54 · 0 · 100 · 0
 RGB 132 · 189 · 0
 PMS 376C
 HEX 84BD00

Actie



CMYK 0 · 94 · 64 · 0
 RGB 228 · 0 · 70
 PMS 192C
 HEX E40046

Achtergrondpatroon



Ga direct naar [download achtergrondpatroon](#)



TYPOGRAFIE

De huisstijl maakt gebruik van twee lettertypes, de Rubik Regular en de Rubik Bold. Deze beide lettertypes worden zowel voor alle printuitingen als voor digitale uitingen en webtoepassingen gebruikt.

Deze lettertypes zijn via Adobe Creative en Google fonts toegankelijk.

Rubik Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ !@#\$%^&*()
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

Rubik Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ !@#\$%^&()
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890*

Rubik Bold

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ !@#\$%^&*()
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890**

Rubik Bold Italic

***ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ !@#\$%^&*()
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890***

PAPIERKVALITEIT

Voor drukwerk wordt als vanzelfsprekend alleen gekozen voor papiersoorten die FSC-gecertificeerd zijn. Per uiting wordt bepaald welk papiersoort het beste bij de uiting past. Bij voorkeur kiezen voor een matte papiersoort met een verantwoorde uitstraling.



BEELDTAAL

Beeldtaal

Om de visuele herkenbaarheid van het Noorderpark Ruigenhoek te waarborgen hebben wij in het verlengde van de huisstijl de beeldtaal vastgelegd. De drie uitgangspunten van de beeldtaal zijn beleving, verbinding en uitnodigen.

Om het unieke karakter van het gebied te benadrukken is het belangrijk om in iedere uiting een evenwichtige combinatie van de bezoekers, de natuur en de historische objecten in beeld te brengen.

Beleving

- personen zijn natureel in beeld gebracht, niet geposeerd
- waarheidsgetrouwe situaties worden uitgebeeld
- personen zijn een brede afspiegeling van de bevolking
- detail beelden van de natuur en historische plekken

Verbinding

- focus, het beeld heeft een duidelijk onderwerp
- in landschapsbeelden zijn de specifieke uiterlijke kenmerken van het Noorderpark Ruigenhoek zichtbaar
- ook de gewone herkenbare natuur komt terug in het beeld

Uitnodigen

- personen zijn actief
- emoties als genieten, beleven en ontdekken zijn duidelijk zichtbaar
- activiteiten zijn verrassend in beeld gebracht
- beweging zorgt voor dynamische beelden
- verrassend beeld door bijzondere camerastandpunten en variatie in close en veraf beeld

Beeldtechnische aspecten

- beeld is groot genoeg om maximaal op A2 formaat te plaatsen
- beeld is in principe altijd in kleur
- fotografeer zowel liggend als staand beeld
- er wordt zoveel mogelijk gebruik gemaakt van natuurlijk licht
- nabewerking van het beeld is niet duidelijk zichtbaar
- alle personen in beeld hebben altijd van te voren toestemming gegeven d.m.v. een quitclaim

Technische specificaties

- beeld met een minimale beeldgrootte van 4000 pixels voor de langste zijde
- let op scherppte, belichting, kleurbalans en compositie
- zorg dat de horizon recht staat
- bestanden aanleveren in JPG (hoge kwaliteit). Kleurprofiel AdobeRGB (1998)

LET OP!

Alle gefotografeerde situaties moeten voldoen aan de gedragsregels van Noorderpark Ruigenhoek.

[Download gedragsregels](#)



[Download quitclaim](#)





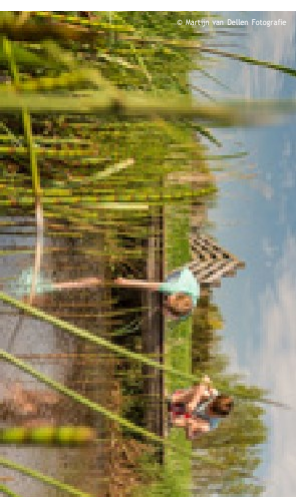
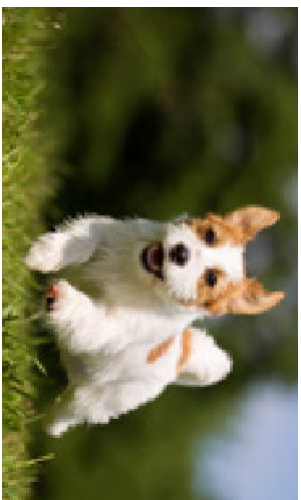
UITGANGSPUNTEN

BOUWSTENEN

UITTINGEN

DOWNLOADS

MOODBOARD BEELDTAAL



FLYER

Voorzijde

- alle uitingen groter dan A6 krijgen een witte rond rondom. Aflopende ontwerpen zijn niet toegestaan
- maximaal 1 beeld gebruiken
- bekopping zo kort mogelijk houden
- bij bekopping gebruik maken van kapitale letters
- beeld tekst verhouding is 70 / 30
- logo altijd rechtsboven positioneren
- beeld aan onderzijde afsluiten met blauwe of groene lijn. De gekozen kleur is in contrast met het gebruikte beeld
- buttons moeten binnen het beeld worden geplaatst

Achterzijde

- flyer wordt horizontaal in banen opgebouwd. Bij meerdere beelden, deze als horizontale baan plaatsen
- de achtergrond mag een beeld of een kleurvlak zijn
- bekopping in kapitale letters
- beeld aan onderzijde afsluiten met blauwe of groene lijn. De gekozen kleur is in contrast met het gebruikte beeld of kleurvlak
- eventueel is het mogelijk om een extra streamer of URL te plaatsen in een baan met achtergrond patroon. Deze mag maximaal 20% van de totale hoogte zijn
- achterzijde van de flyer altijd afsluiten met het logo met de pay-off

Ga direct naar download flyer



Afmetingen per formaat

	Witte rand rondom	Dikte blauwe of groene lijn
A5	6,0 mm	1,5 mm
A4	8,0 mm	3,0 mm
A3	10,0 mm	4,5 mm

POSTER

Voorzijde

- alle uitingen groter dan A6 krijgen een witte rand rondom. Aflopende ontwerpen zijn niet toegestaan
- maximaal 1 beeld gebruiken
- bekopping zo kort mogelijk houden
- bij bekopping gebruik maken van kapitale letters
- beeld tekst verhouding is 70 / 30
- logo altijd met pay-off rechtsonder positioneren
- beeld aan onderzijde afsluiten met blauwe of groene lijn. De gekozen kleur is in contrast met het gebruikte beeld
- buttons moeten binnen het beeld worden geplaatst
- de url staat altijd linksonder
- de url moet altijd worden geplaatst

Ga direct naar download poster



Afmetingen per formaat

	Witte rand rondom	Dikte blauwe of groene lijn
A3	10,0 mm	4,5 mm
A2	15,0 mm	6,0 mm
A1	20,0 mm	9,0 mm
A0	30,0 mm	12,0 mm

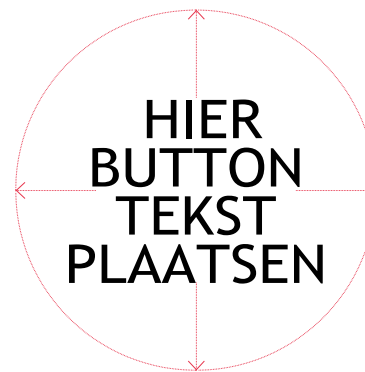
BUTTON

Als Noorderpark Ruigenhoek de afzender van de uiting is, dan wordt er gebruik gemaakt van de standaard button zonder icoon.

Op uitingen waarbij Noorderpark-Ruigenhoek niet de afzender is, dan wordt gebruik gemaakt van de button met het icoon. Het logo van Noorderpark Ruigenhoek dient dan wel elders op de uiting terug te komen.

De roze button is de actiematige versie en heeft de voorkeur. Indien de opmaak daar om vraagt zijn de groene of de blauwe versie een optie.

Standaard button



Button met Noorderpark Ruigenhoek icoon



[Ga direct naar download button](#)



DOWNLOADS

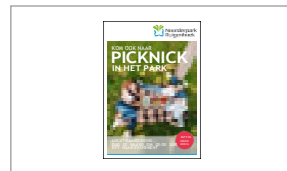
Logo's



Achtergrondpatroon



Flyer template



Poster template



Button template

