



**MEIERIJSTAD**

Huisstijlhandboek Meierijstad



Meierijstad

# INHOUD

Introductie	pagina	4	Meerijstad beweegt	pagina	51
Kernwaarden	pagina	5	Logo Meerijstad beweegt	pagina	52
Tone of voice	pagina	6	Grafische elementen met pay-off	pagina	53-54
Het logo	pagina	8-14	Opzet uitingen	pagina	55
Kleurpallet	pagina	15	Nieuwsbrief	pagina	56
Typografie	pagina	16-19	Magazinespread	pagina	57
Grafische elementen	pagina	20-23	Personeelsadvertentie	pagina	58
Fotografie	pagina	24-35	Flyer	pagina	59
Visitekaartje	pagina	36-38	Brochure	pagina	60
Briefpapier/volgvel	pagina	39-42	Envelop	pagina	61
Enveloppen	pagina	43	Poster	pagina	62
Uitnodiging	pagina	44	Abri-affiche	pagina	63
Vervoersmiddelen	pagina	45	Socialmediaheaders	pagina	64
Kleding	pagina	46-47	E-mailhandtekening	pagina	65
Banieren	pagina	48	Schrijfwijze	pagina	67
Vlaggen	pagina	49	Richtlijnen	pagina	68-71

# INTRODUCTIE

In dit huisstijlhandboek worden de basisvormgevingsaspecten van de communicatie en alle huisstijlbouwstenen van Meierijstad kort omschreven. Van een aantal communicatiemiddelen is specifiek aangegeven wat de voorwaarden zijn. Het huisstijlhandboek is een document in ontwikkeling. De laatste versie is bij het team communicatie ([huisstijl@Meierijstad.nl](mailto:huisstijl@Meierijstad.nl)) op te vragen.



# KERNWAARDEN

Het excelleren in Meierijstad krijgt mede vorm vanuit de acht waarden die staan beschreven in de besturingsfilosofie. De waarden coöperatief, ondernemend, innovatief, betrokken, klantgericht, trots, gastvrij en vertrouwen zijn de identiteitsdragers van de organisatie in de drie H's: hoofd, hart en handen. De onderliggende overtuiging die in de kernwaarden van Meierijstad tot uiting komen is vertrouwen. Het begrip vertrouwen heeft drie dimensies die voortvloeien uit de besturingsfilosofie en de organisatiefilosofie. Vertrouwen is kenmerkend voor de medewerker van Meierijstad: het gaat om vertrouwen in het eigen kunnen, vertrouwen in de medewerker en vertrouwen in de omgeving en inwoners van Meierijstad.

## Coöperatief

Ik denk graag met je mee. Ik werk graag samen, want samen komen we verder dan alleen. Ik neem initiatief en verantwoordelijkheid. Ik draag bij aan het wij-gevoel.

## Ondernemend

Ik ben aandeelhouder van Meierijstad. Ik ga voor mijn zaak en ik voel mij verantwoordelijk voor het resultaat. Ik ga over tot actie en neem initiatief om zaken in gang te zetten. Ik ben proactief en creatief en daarmee van toegevoegde waarde.

## Innovatief

Ik maak het leuker. Ik durf te experimenteren en te leren.  
Ik denk buiten bestaande kaders en in kansen. Ik kijk vooruit.

## Betrokken

Ik ben er voor je. Ik werk vanuit mijn talenten en ben kritisch op mijn prestaties. Ik draag bij aan het succes van Meierijstad. Ik werk met plezier, passie en energie samen met de klant. Ik draag bij aan een goede werksfeer.

## Klantgericht

Ik maak het graag mogelijk voor je. Ik ben erbij van mens tot mens. Ik heb aandacht voor de menselijke maat. Ik verplaats mij in de klant en denk mee in het oplossen van problemen. Ik zoek naar de vraag achter de vraag.

## Trots

Ik geloof in dat wat ik doe. Ik ben blij met wat wij bereiken. Ik sta achter de waarden van Meierijstad. Ik stimuleer anderen om uit te blinken.

## Gastvrij

Ik heet je van harte welkom. Ik luister naar je. Ik overtref je verwachtingen.

## Betrouwbaar

Ik ben taakvolwassen en resultaatgericht. Ik beschik over voldoende deskundigheid en professionaliteit om het vraagstuk aan te gaan. Hierdoor kan ik uitdagen en ben ik altijd dienstbaar. Van mij mag worden verwacht dat ik anderen betrek om risico's te verkleinen en het beste resultaat te bereiken.

# WELKE TAAL SPREKEN WE?

De Tone of voice is afhankelijk van het middel dat ingezet wordt. Per middel wordt er gekeken naar de ontvanger. Belangrijk is om altijd maatwerk te leveren wanneer dat kan.

In de online communicatie van de socialmediakanalen hanteren we een informele schrijftaal. De complete omschrijving van de Tone of voice is terug te vinden in de bijlagen.

## Tone of voice Meierijstad

- Voice - de stem van je organisatie moet uniek en altijd herkenbaar zijn. In elke situatie en voor elke doelgroep. Net als de stem van je moeder, die je uit duizenden kunt onderscheiden.
- Tone - deze kan wisselen. De toon van je stem kan bijvoorbeeld variëren per afdeling van je organisatie of de doelgroepen waarmee je communiceert.

Voordat je start met het schrijven van je tekst, stel je jezelf drie vragen:

1. Wie is mijn lezer?
2. Wat is het doel van de tekst?
3. Wat is de inhoud van de tekst, of, wat wil/moet ik de lezer meedelen?

### 1. Iedere brief past bij onze visie

In iedere brief stralen wij vertrouwen uit. Vertrouwen is kenmerkend voor de medewerker van Meierijstad: het gaat om vertrouwen in het eigen kunnen, vertrouwen in de medewerker en vertrouwen in de omgeving en inwoners van Meierijstad.

### 2. Iedere brief heeft de kernwaarden van de gemeente als uitgangspunt

Deze kernwaarden maken de gemeente Meierijstad uniek. Ze laten zien wie we zijn. De volgende zijn onze kernwaarden: coöperatief, ondernemend, innovatief, betrokken, klantgericht, trots, gastvrij en betrouwbaar.

### 3. We wisselen 'ik' en 'wij' af als het mogelijk is

We kiezen voor een combinatie van 'ik' en 'wij'. Of nog beter: we gaan niet uit van onszelf, maar spreken de klant aan. Dat maakt onze brieven persoonlijk. Gebruik 'ik' voor persoonlijke acties. Gebruik 'wij' als je vanuit de organisatie spreekt of namens het college.

# WELKE TAAL SPREKEN WE?

## 4. Aanhef en ondertekening

Er zijn twee soorten ondertekeningen: formeel en informeel. De keuze voor de ondertekening ligt bij de auteur. De voorkeur is de informele ondertekening. In situaties waar professionele afstand gehouden moet worden, heeft de formele ondertekening de voorkeur.

### Formeel

Onderdeel	Inhoud
Aanhef	Geachte heer tussenvoegsel achternaam (dus geachte heer Van Klaassen)
Afsluiting	Hoogachtend
Naam	Namens burgemeester en wethouders van Meierijstad Voorletter, tussenvoegsel en achternaam gehanteerd? (M. Jacobs)
Functienaam of rol	In principe de functienaam, als je vanuit een rol reageert, dan handmatig de naam van de rol aanpassen

### Informeel

Onderdeel	Inhoud
Aanhef	Beste voornaam tussenvoegsel achternaam (dus Jan Klaassen)
Afsluiting	met vriendelijke groet
Naam	voornaam en achternaam gehanteerd? (Mirella Jacobs)
Functienaam of rol	In principe de functienaam, als je vanuit een rol reageert, dan handmatig de naam van de rol aanpassen

## Het logo

Het logo van Meierijstad bestaat uit de letter 'M' van Meierijstad als beeldmerk en centraal daaronder het woord 'Meierijstad' als woordmerk. Samen vormen ze het logo.

Het beeldmerk 'M' is opgebouwd uit drie kleuren: lichtblauw, zakelijk blauw en groen. Het blauw en groen staan voor de natuurlijke kleuren van de landelijke omgeving van Meierijstad: lucht, water en de natuur. In het midden zakelijk blauw. Deze kleur heeft een zakelijke uitstraling en staat voor de bruisende economie van de regio.

Vertalen we dit naar een grafisch geheel, ontstaat de stevige M van Meierijstad.



MEIERIJSTAD

## Opbouw logo

### Balans

Visueel zijn de vormen van het logo en de tussenruimten qua verhoudingen onderling in balans en uitgelijnd.



### Woordmerk

**MEIERIJSTAD**



**Groen**

- Natuur
- Agrifood



**Zakelijk blauw**

- Economie
- Balans



M = Meierijstad

Indien het logo in grijswaarden wordt gebruikt, dienen de onderstaande grijswaarden gebruikt te worden.



MEIERIJSTAD

**Meerijstad-lichtblauw**  
67% zwart

**Meerijstad-zakelijk blauw**  
83% zwart  
schaduw 93% zwart

**Meerijstad-groen**  
43% zwart  
schaduw 53% zwart

## Don'ts logo



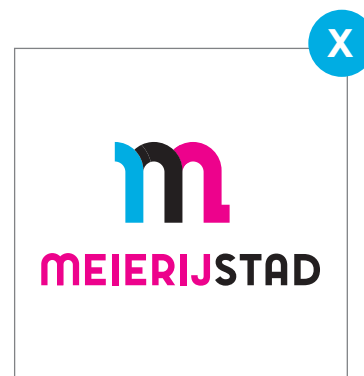
Het woordmerk kan niet los worden gebruikt.



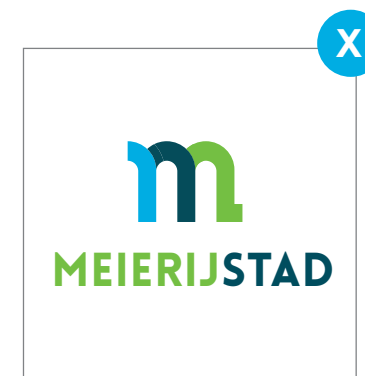
Gebruik het standaardlogo niet kleiner dan 15 mm breed.



Spiegel het logo niet.



Gebruik geen andere kleuren. Diap en grijswaarden mag wel.



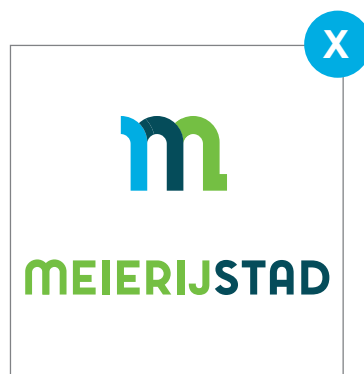
Verander het lettertype van het logo niet.



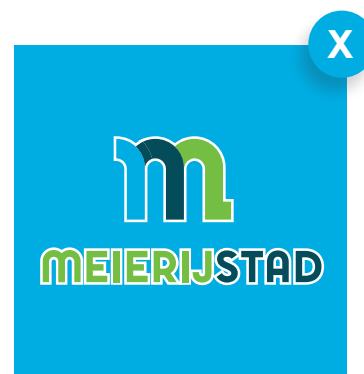
Het woordmerk kan niet in grijswaarden worden gebruikt.



Draai het logo niet.



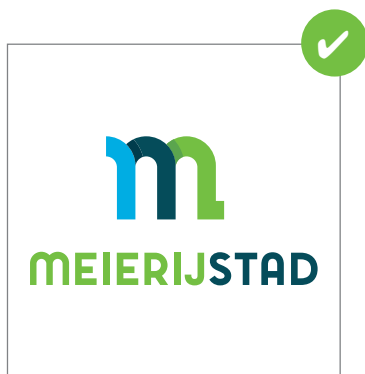
Verander de verhoudingen en onderlinge afstand tussen het woord- en beeldmerk niet.



Gebruik het logo niet met een witte lijn.



Vervorm het logo niet.



De basisvorm van het logo bestaat uit het beeldmerk en het woordmerk.



Het gebruik van het diapositieve logo op een donkere achtergrond is altijd wit.



Het logo kan ook in grijswaarden worden gebruikt.



## Logovarianten

### INTRODUCTIE FASE 1



Meierijstad beweegt  
CMYK



Meierijstad beweegt  
PMS



Meierijstad beweegt  
GRIJS



Meierijstad beweegt  
ZWART



Meierijstad beweegt  
DIAP

### ACTIVATIE FASE 2



Meierijstad  
CMYK



Meierijstad  
PMS



Meierijstad  
GRIJS



Meierijstad  
ZWART



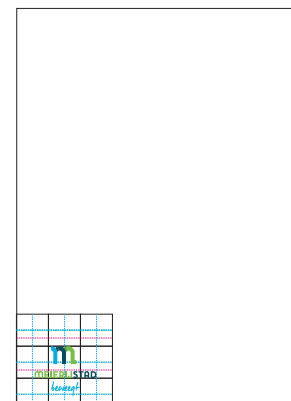
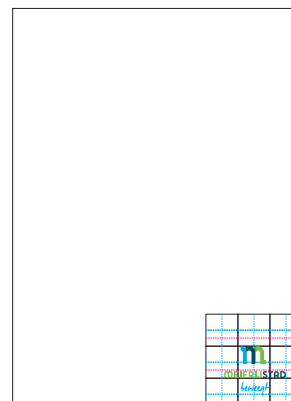
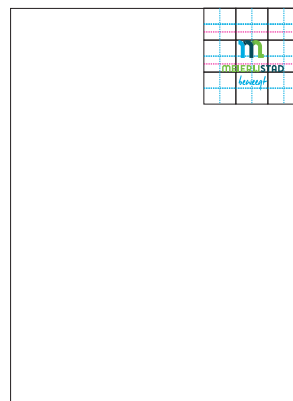
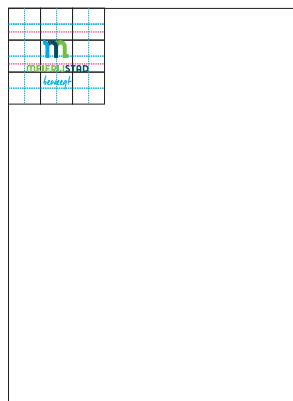
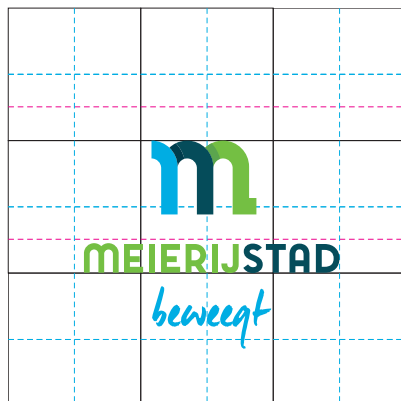
Meierijstad  
DIAP

## Plaatsing van het logo

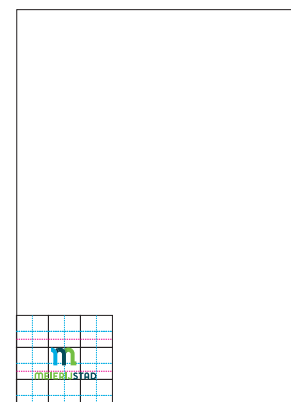
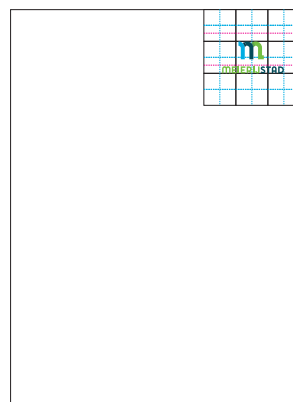
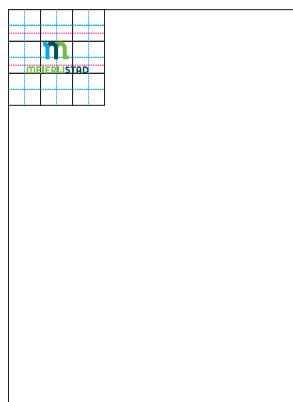
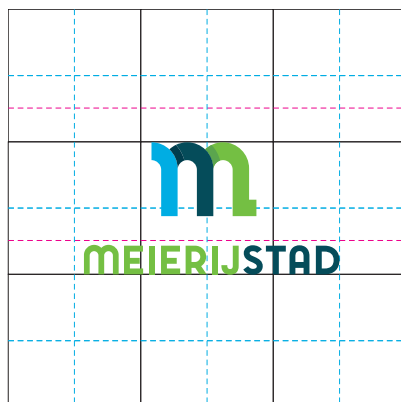
De plaatsing van het logo ten opzichte van de rand wordt afgemeten naar vierkanten die de hoogte hebben van het logo. De onderstaande vorm kan daarvoor dan gebruikt worden. Rond het middelste vierkant wordt één gelijk vierkant geplaatst. Zodat er negen vierkanten zijn. Twee zijden van dat vierkant

raken de rand. Zo kan er gevarieerd worden met de grootte van het logo, zolang je je maar aan deze verhoudingen houdt. Het logo mag linksboven, centraal in het midden, in het midden onder of rechtsonder geplaatst worden. Aan de rand gelden de regels zoals hiernaast beschreven.

### INTRODUCTIE FASE 1



### ACTIVATIE FASE 2



## Kleurpallet

### Schaduw Meierijstad-zakelijk blauw

PMS: 548 op 100%  
CMYK: 94/34/30/65  
RGB: 12/62/78

### Schaduw Meierijstad-groen

PMS: 368 + 15% PMS 548 (overdruk)  
CMYK: 64/5/89/10  
RGB: 123/168/59

### Meierijstad-lichtblauw

PMS: 2995  
CMYK: 79/9/2/0  
RGB: 75/166/223  
RAL: 5012

### Meierijstad-zakelijk blauw

PMS: 548 op 90%  
CMYK: 86/35/33/53  
RGB: 36/81/95  
RAL: 5008

### Meierijstad-groen

PMS: 368  
CMYK: 59/0/100/0  
RGB: 142/187/56  
RAL: 6018

80%



RGB: 111/184/229



RGB: 61/101/113



RGB: 165/201/96

50%



RGB: 165/210/239



RGB: 133/158/166



RGB: 198/221/155

30%



RGB: 201/228/245



RGB: 182/197/202



RGB: 221/234/195

# TYPOGRAFIE

## Communicatie

Het hoofdlettertype dat Meierijstad gebruikt voor haar offline en online communicatiedragers is de Pontiac. Het lettertype heeft acht varianten.

Pontiac Inline Shadow (lettertype van woordmerk)

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**

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

**THE QUICK BROWN FOX JUMPS OVER THE LAZY DOG.**

Pontiac Light

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890!@#\$%^&\*()

AaBbCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Pontiac Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890!@#\$%^&\*()

AaBbCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Pontiac Bold

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890!@#\$%^&\*()**

**AaBbCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**

**Pontiac Black**

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890!@#\$%^&\*()**

**AaBbCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**

*Pontiac Light Italic*

*abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890!@#\$%^&\*()*

*AaBbCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ*

*Pontiac Regular Italic*

*abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890!@#\$%^&\*()*

*AaBbCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ*

*Pontiac Bold Italic*

***abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890!@#\$%^&\*()***

***AaBbCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ***

***Pontiac Black Italic***

***abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890!@#\$%^&\*()***

***AaBbCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ***

## Officetoepassingen templates

Niet alle lettertypen zijn altijd beschikbaar op alle systemen. Daarom is het handig uit te kunnen wijken naar een Officevariant van het lettertype.

### Arial Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

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

The quick brown fox jumps over the lazy dog.

### Arial Bold

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890!@#%^&\*()**

**The quick brown fox jumps over the lazy dog.**

# GROTE KOP

# GROTE KOP

# GROTE KOP

INTRODUCTIE. LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET, CONSECTETUER ADIPISCING ELIT. AENEAN COMMODO LIGULA EGET DOLOR. AENEAN MASSA. CUM SOCIIS NATOQUE PENATIBUS ET MAGNIS DIS PARTURIENT MONTES, NASCETUR RIDICULUS MUS. DONEC QUAM FELIS, ULTRICIES NEC, EST PELLENTESQUE EU, PRETIUM QUIS, SEM NULLA CONSEQUAT.

## Subkop

Body tekst. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis part montes, nascetur ridiculus mus. Donec quam felis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem. Nulla consequat massa quis enim. Donec pede justo, fringilla vel, aliquet nec, vulputate eu pede mollis pretium. Integer tincidunt. Cras dapibus. Vivamus elementum semper nisi.

*Feres del magniss unditin comnit esti dolorempost dolori si cus eatiatur apero vellaborum et, ut mi, omnihic torataquam aut ant eum vernatur aut et quas exerume pliciendam sinctur solore ellor arum cus aceped minullabo. Eque nust, te pelessint por maximen imperupicius dolectem volore cus di remus et dolor animus si re, tem num untis et que volesse quibus.*

### Pontiac Inline Shadow van 40 tot 70 pt

Interlinie: variërend

Spatiëring: 0

### Pontiac Regular 9 pt

Interlinie: 14 pt

Spatiëring: 0

### Pontiac Bold 14 pt

Interlinie: 14 pt

Spatiëring: 0

### Pontiac light 8 pt

Interlinie: 14 pt

Spatiëring: 0

### Pontiac light Italic 8 pt

Interlinie: 14 pt

Spatiëring: 0

## Kleurgebruik typografie

De typografie mag in de eerder aangegeven drie hoofdkleuren en de bijbehorende percentages daarvan staan. De extra steunkleur kan alleen na overleg met het team communicatie worden gebruikt.

abbcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890!@#\$%^&\*()  
AaBbCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abbcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890!@#\$%^&\*()  
AaBbCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abbcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890!@#\$%^&\*()  
AaBbCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

KOPPEN  
DRAAIEN

Het 'blokkerige' karakter van het lettertype Pontiac staat toe dat teksten gedraaid kunnen worden. Bij voorkeur alleen bij grote koppen en mits het iets toevoegt.

De typografie mag ook diapositief gebruikt worden, mits dit de leesbaarheid niet in gevaar brengt. Dus bij voorkeur wordt diapositieve tekst niet gebruikt voor de broodtekst.

# GROTE KOP

NATOQUE PENATIBUS ET MAGNIS DIS ET  
PARTURIENT MONTES, NASCETUR RIDICULUS  
MUS. DONEC QUAM FELIS ULTRICIES ESTI.

De broodtekst mag niet in de kleuren blauw en groen van de huisstijl worden gebruikt. De leesbaarheid komt daardoor teveel in gevaar. Zwart of donkerblauw voor de broodtekst hebben de voorkeur!



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis quis, sem. Nulla consequat massa quis enim.



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis quis, sem. Nulla consequat massa quis enim.

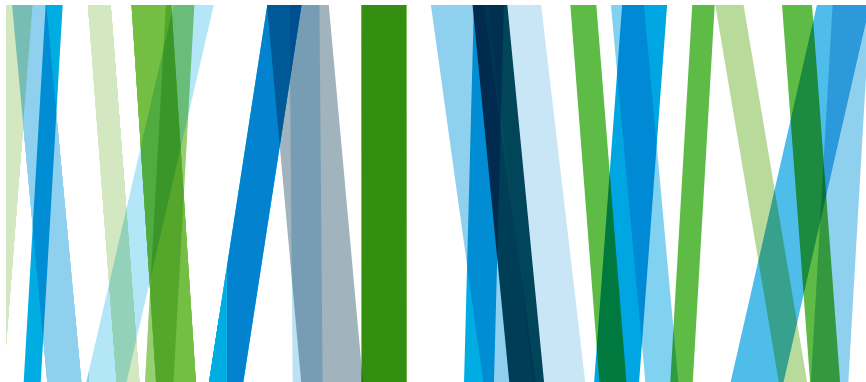


Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis quis, sem. Nulla consequat massa quis enim.

# GRAFISCHE ELEMENTEN

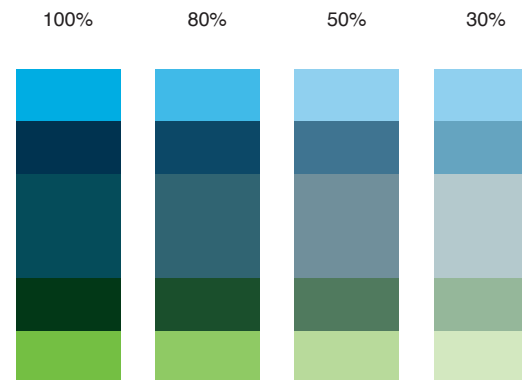
## Strepenpatroon

Om de look-and-feel van het logo verder door de gehele huisstijl te trekken, wordt er gebruikgemaakt van een strepenpatroon. Dit patroon bevat dezelfde kleuren als het logo. De strepen overlappen elkaar in een willekeurig ritme, en zijn transparant ten opzichte van elkaar. Om een gevoel van diepte te creëren zijn de kleuren in 100%, 80%, 50% en 30% dekking geplaatst. De overheersende kleuren zijn lichtblauw en groen. Het zakelijk blauw wordt in mindere mate gebruikt.



De strepen mogen in dikte variëren, maar moeten wel een constante dikte hebben.

Het strepenpatroon moet de illusie wekken van wuivend riet of gras. Meierijstad is immers mooi landelijk gelegen. Vandaar dat vooral de frisse kleuren blauw en groen gebruikt dienen te worden.





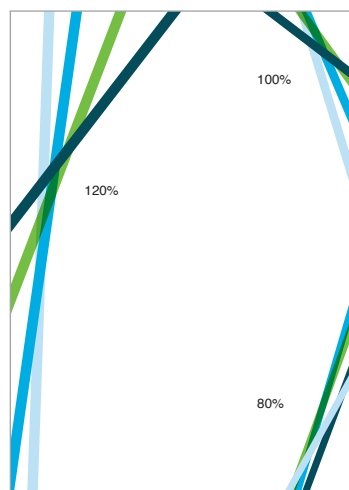
## Strepenpatroon formaten

100% te plaatsen op A4-formaten. Afhankelijk van het paginaformaat, schaaft het strepenpatroon mee. Voor kleiner dan A4-formaat of groter dan A2-formaat, kan per middel het schalingspercentage worden gekozen en daarbij schaaft het strepenpatroon evenredig mee.

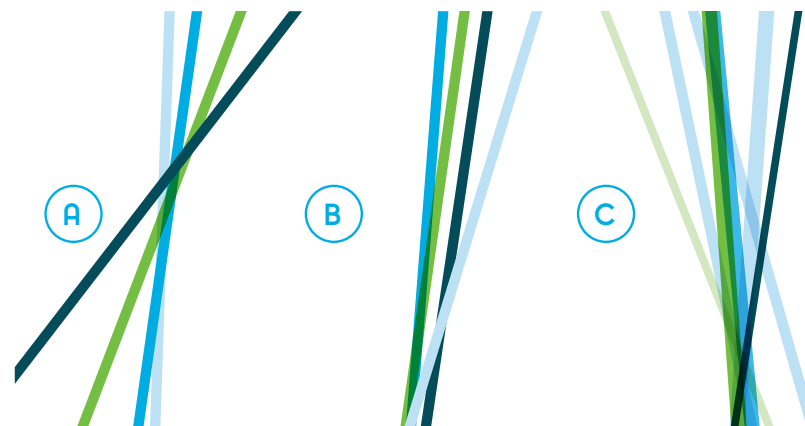
A5 : tussen de 50% en 90% plaatsing

A4 : tussen de 80% en 120% plaatsing

A3 : tussen de 110% en 150% plaatsing



**A4 variabele plaatsingspercentages**



**Afgeleide strepenpatroon, verticaal**



**Afgeleide strepenpatroon, horizontaal**

## Toepassing patroon

Het patroon kan deels over uitingen geplaatst worden vanuit de kantlijn, of juist het hele vlak bedekken als het ontwerp dit toestaat. Dus bijvoorbeeld bij een achterkant. Het patroon wordt op 100% dekking, op transparantievorm 'vermeerderen' geplaatst.



**Meerijstad beweegt twee strepen in combinatie met beeld**

## Toepassing strepenpatroon

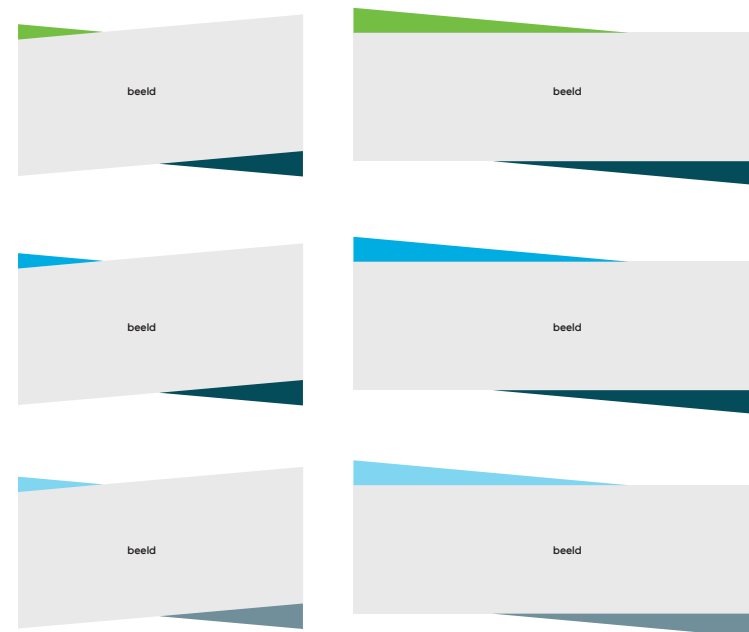
Afhankelijk van het paginaformaat, schaalt het strepenpatroon mee.  
Voor kleiner dan A4-formaat of groter dan A2-formaat, kan per middel het schalingspercentage worden gekozen en daarbij schaalt het strepenpatroon evenredig mee.

A5 : tussen de 50% en 90% plaatsing

A4 : tussen de 80% en 120% plaatsing

A3 : tussen de 110% en 150% plaatsing

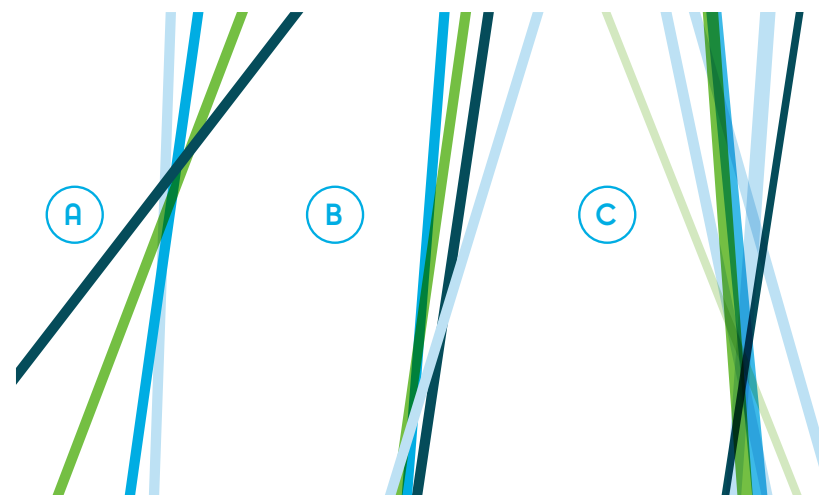
### INTRODUCTIE FASE 1



Het strepenpatroon bij de pay-off beweegt is afhankelijk van de pagina. Het strepenpatroon schaalt mee naar liggend of staand.

Meierijstad beweegt strepenpatroon combinatie met beeld

ACTIVATIE FASE 2

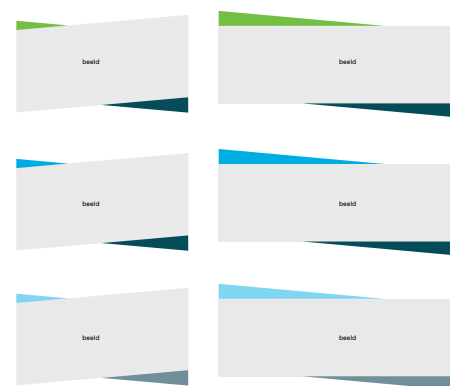


Afgeleide strepenpatroon

D



**Meierijstad strepenpatroon uitingen - logo zonder pay-off**  
Maximaal 5 liggende lijnen met vaste kleuren en een vast patroon.



E

**Meierijstad strepenpatroon combinatie met beeld**

# FOTOGRAFIE

De fotografie dient de visie van Meierijstad te volgen: Meierijstad investeert in de kracht van de samenleving. Voor haar inwoners, ondernemers en instellingen. Ze inspireert haar inwoners en bezoekers en spant zich in om de leef-, werk- en zorgomgeving continu te verbeteren. Op het gebied van dienstverlening, sociaal-maatschappelijk, ruimtelijk, economie en activiteiten.

Meierijstad stelt zich tot doel voor haar inwoners en ondernemers in een prettige aantrekkelijke omgeving te laten wonen, werken en ontspannen. Meierijstad gaat voor duurzaamheid en zorgt door open te staan tot innovatie voor een gezonde drive bij haar inwoners. Iedereen mag meedoen!

Dit alles moet terug te zien zijn in de fotografie.

## Uitgangspunten fotografie

- Menselijke maat, dus de foto's dienen op ooghoogte, eye-to-eye te zijn geschoten.
- Gemengd qua leeftijd en ras: representatief voor de realistische bevolkingssamenstelling van Meierijstad.
- Betrokken, actieve mensen. Mensen aan het werk.
- De mensen mogen je bij voorkeur aankijken, of elkaar aankijken. Ze hebben en zoeken contact. Met elkaar of de toeschouwer.

## Dienstverlening

- Mensen in realistische situaties, geschoten op een natuurlijke manier, niet té gelikt dus.





## Sociaal-maatschappelijk

- Meierijstad bestaat uit meerdere kernen. Kernen kenmerken zich door een grote sociale cohesie. Dus laat mensen zien die aan het werk zijn, sociaal contact hebben, ontspannen of zich inzetten voor de gemeenschap.





## Activiteiten

- Mensen die gebruikmaken van deze omgeving om zowel te recreëren als te werken.





## Ruimtelijk

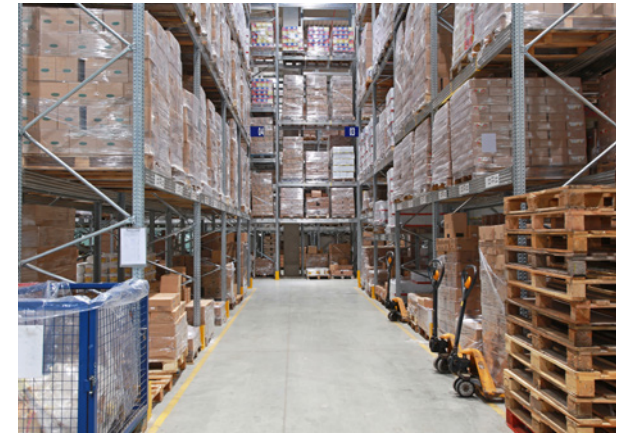
- Meierijstad staat voor groen en ruimtelijk.





## Economie

- Meierijstad en bedrijvigheid zijn één.  
In de fotografie is de economische dynamiek goed te zien.



# FOTOGRAFIE

## ZWART-WIT

Voor de zwart-witomzetting van een foto geldt dat per foto bekeken moet worden of de lichtsterkte en het contrast aangepast dienen te worden. Een directe omzetting resulteert vaak in een té grijs en contrastloos beeld. Hoe precies het contrast aangepast dient te worden, is afhankelijk per beeld. Het uitgangspunt is dat naar eigen inzicht het contrast aangepast dient te worden: vaak een vergroting van het contrast.







## Do's zwart-witfotografie

Bij zwart-witfotografie dient u ervoor te zorgen dat er voldoende contrast zit in de beelden: niet te licht, niet te flets en niet te donker.



## Don'ts zwart-witfotografie



Te flets



Te licht



Te donker



Onvoldoende contrast



Onvoldoende contrast



Overbelicht

# FOTOGRAFISCHE BEELDTAAL

De huisstijl van Meierijstad is herkenbaar aan de drie kleuren lichtblauw, zakelijk blauw en groen. Deze kleuren mogen in de grafische beeldtaal terugkomen om bepaalde onderwerpen te benadrukken. In de fotografie, illustratie of in grafische elementen. De grafische beeldtaal kan met of zonder de kleuren lichtblauw, zakelijk blauw en groen worden gebruikt.







Uitingen



## Visitekaartjes

Afhankelijk van de lengte van de functie-omschrijving, of het e-mailadres kan deze over 1 of 2 regels worden verdeeld.

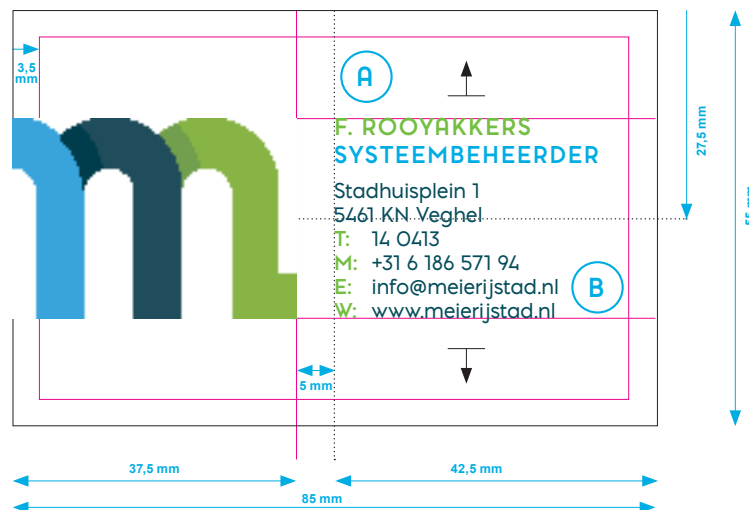


## Visitekaartje afmetingen

Aan de voorkant staat het logo tegen de linkerkant geplaatst en heeft een hoogte die de helft van de hoogte van het kaartje bedraagt. De tekst begint linkslijnend van het midden. Bij het visitekaartje wordt het beeldmerk als enige uitzondering los toegepast.

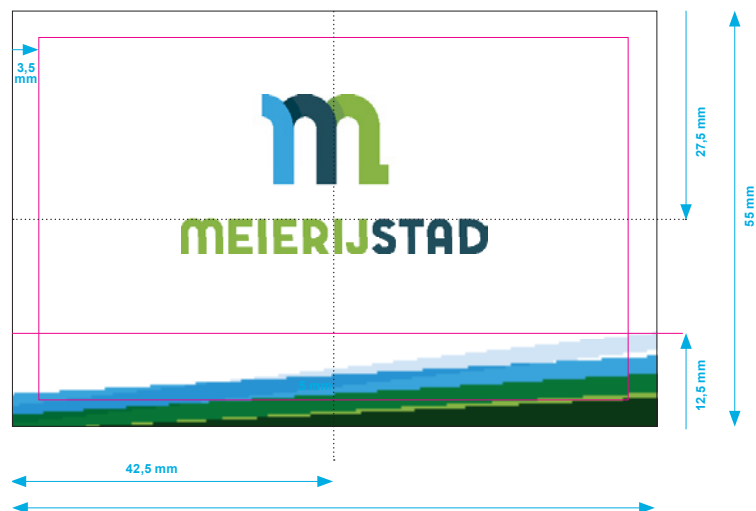
Als de functietitel of adresgegevens langer worden, wordt dit blok in de hoogte gecentreerd, waardoor de marges aan de bovenkant en onderkant gelijk zijn.


Het logo aan de achterkant is centraal geplaatst en heeft de breedte van de helft van het kaartje. De bovenkant van het woordmerk 'Meerijstad' is uitgelijnd op het midden.



**A** NAAM EN FUNCTIE:  
Pontiac bold 8,5 pt  
10,5 pt interlinie  
spatiëring 50

**B** GEGEVENS:  
Pontiac regular 7,5 pt  
Pontiac bold 7,5 pt voor T, M, E en W  
9 pt interlinie  
spatiëring 0





<VERZENDINSTRUCTIE>  
 <Voornaam> <Achternaam>  
 <Straatnaam> <Nummer>  
 <Postcode> <Plaats>  
 <Land>

Uw kenmerk	SB	Uw brief van	12 september 2016
Ons kenmerk	Meij-VEG-30321	BSN	123456789
Datum	7 oktober 2016	Behandeld door	L.J.M de Breght
Verzenddatum	8 oktober 2016	Bijlage(n)	43

Onderwerp    Aanvraag bouwvergunning 7 oktober 2016

Geachte <aanhef>,

**Maecenas dictum lectus eget euismod vulputate.**  
 Sed consectetur elit dictum sagittis molestie. Aliquam faucibus commodo sollicitudin. Nam mi massa, cursus quis lacus nec, molestie tempor ante. Praesent diam augue, euismod gravida mi et, scelerisque mattis urna.

1. Item  
   a. Item  
     1. Item

• Item  
   • Item  
     • Item

*Maecenas tortor augue, hendrerit ut nulla eu, fringilla efficitur purus. Mauris velit nulla.*

Met vriendelijke groet,

L.J.M de Breght  
 Functietitel

## Invulinstructie

Veldnaam	Inhoud	voorbeeld
Verzendinstructie	AANTEKENEN en/of VERTROUWELIJK	
Uw kenmerk		
Uw brief van		4 oktober 2016 (geen voorloop 0)
Ons kenmerk	Zaaknummer / aanvraagnummer	
BSN	Burgerservicenummer (als van toepassing is)	0123456789 (met voorloop 0)
Datum	datum van schrijven tekst	4 oktober 2016 (geen voorloop 0)
Behandeld door	Voorletter, tussenvoegsel, achternaam	M. Jacobs
Verzenddatum	datum van verzenden*	4 oktober 2016 (geen voorloop 0)
Bijlage(n)	Aantal bijlagen	3
Onderwerp	Als het kan het zaaktype	
Aanhef	Bij een formele ondertekening	
altijd heer of mevrouw		

\* Vul hier de datum in waarop je zeker weet dat het document verstuurd is. Desnoods een dag extra nemen.

Evenecae pelenes expero occae et hil ipictes aut magnatest ipsa doloreh enest, si venimin vendae. Et eati bereper citatur? Aborenia dia inum volut eatectur sinis expellu pturepe num quis con cones dem que nia acepedi idusdaestiam ex et essum quo blam, voluptaquae est doluptibus, cus as sae.

- 1. Item
  - a. Item
    - 1. Item

Nam rhoncus ex eu tellus consectetur, at maximus mauris egestas. Pellentesque congue aliquam justo ut viverra. Proin risus turpis, faucibus nec lacinia ut, egestas in neque. Nam eu scelerisque nunc. Nulla vel venenatis mauris. Vestibulum quis erat fringilla, pellentesque enim sit amet, consectetur urna. Pellentesque rhoncus, velit quis posuere facilisis, justo quam ultricies nisi, vel blandit nulla justo ac diam. Donec aliquet interdum maximus. Sed hendrerit, orci eu fermentum tincidunt, sapien ante aliquam risus, nec imperdiet nulla augue id metus.

- Item
  - Item
    - Item

**Maecenas dictum lectus eget euismod vulputate.**  
Sed consectetur elit dictum sagittis molestie. Aliquam faucibus commodo sollicitudin. Nam mi massa, cursus quis lacus nec, molestie tempor ante. Praesent diam augue, euismod gravida mi et, scelerisque mattis urna. Aenean at elit pulvinar dolor volutpat venenatis eget vitae sapien. Phasel-lus suscipit volutpat lectus, quis aliquet odio pretium laoreet.

**Donec risus nulla, elementum a dui a, varius rhoncus ex.**  
Nunc ultrices tortor ac augue fringilla, quis vehicula turpis auctor. Donec ut sollicitudin enim, at ornare ante. Donec dapibus dapibus ligula nec suscipit. Vivamus sollicitudin velit a pretium porta. Nullam id libero turpis. Praesent eu urna vulputate, rhoncus sapien nec, consequat nisl. Proin sollicitudin nisl eu ligula luctus molestie. Integer sed leo tempus sapien cursus varius ut vel nibh.

*Maecenas tortor augue, hendrerit ut nulla eu, fringilla efficitur purus. Mauris velit nulla.*

Met vriendelijke groet,

L.J.M de Breght  
Functietitel

## Briefpapier afmetingen

Het logo op het briefpapier is linksboven geplaatst volgens de richtlijnen van het plaatsen van het logo in een groot vlak.

De tekst is aan de linkerkant uitgelijnd op het midden van het logo. De tekst begint onder aan het vierkant waar het logo op is uitgelijnd.

Bij de printversie van het briefpapier is er een witte marge geplaatst rond het briefpapier. Dit omdat de meeste printers niet tot de rand kunnen printen. De strepen onder zijn gelijk aan die van het standaard briefpapier, maar dan 10,5 mm omhoog geplaatst.

13 mm	10,5 mm	39 mm	53 mm	92 mm	115 mm	143 mm	183,5 mm	193,5 mm	
						<b>Bezoekadres</b> Stadhuisplein 1 5461 KN Veghel <b>Postadres</b> Postbus 10.001 5460 DA Veghel T: 14 0413 E: info@meierijstad.nl W: www.meierijstad.nl IBAN: NL31 RABO 0171 5811 48	<b>A</b>		
61,8 mm					<VERZENDINSTRUCTIE> <Voornaam> <Achternaam> <Straatnaam> <Nummer> <Postcode> <Plaats> <Land>	<b>B</b>	<b>A</b> Arial Regular/Bold 6 pt interlinie 8 pt 5mm tab Zakelijk blauw		
			<b>C</b>					<b>B</b> Arial Regular 10 pt interlinie 14 pt	
107 mm		Uw kenmerk	SB	Uw brief van	12 september 2016			<b>C</b>	Arial Regular 8 pt interlinie 14 pt
		Ons kenmerk	Meij-VEG-30321	BSN	123456789				
		Datum	7 oktober 2016	Behandeld door	L.J.M de Breght				
		Verzenddatum	8 oktober 2016	Bijlage(n)	43				
		Onderwerp	Aanvraag bouwvergunning 7 oktober 2016					<b>D</b>	Arial Regular, platte tekst 10 pt interlinie 14 pt Arial Bold, tussenkop 10 pt interlinie 14 pt Arial Italic 10 pt interlinie 14 pt opsommingen tab 5mm
147,7 mm		Geachte <aanhef>,							
		<b>Maecenas dictum lectus eget euismod vulputate.</b> Sed consectetur elit dictum sagittis molestie. Aliquam faucibus commodo sollicitudin. Nam mi massa, cursus quis lacus nec, molestie tempor ante. Praesent diam augue, euismod gravida mi et, scelerisque mattis urna.			<b>D</b>				
		1. Item a. Item 1. Item • Item • Item • Item							
		Maecenas tortor augue, hendrerit ut nulla eu, fringilla efficitur purus. Mauris velit nulla.							
		Met vriendelijke groet,							
		L.J.M de Breght Functietitel							
270,5 mm									
286,5 mm									

## Volgvel afmetingen

100

30 mm

63 mm

92 mm

102 mm

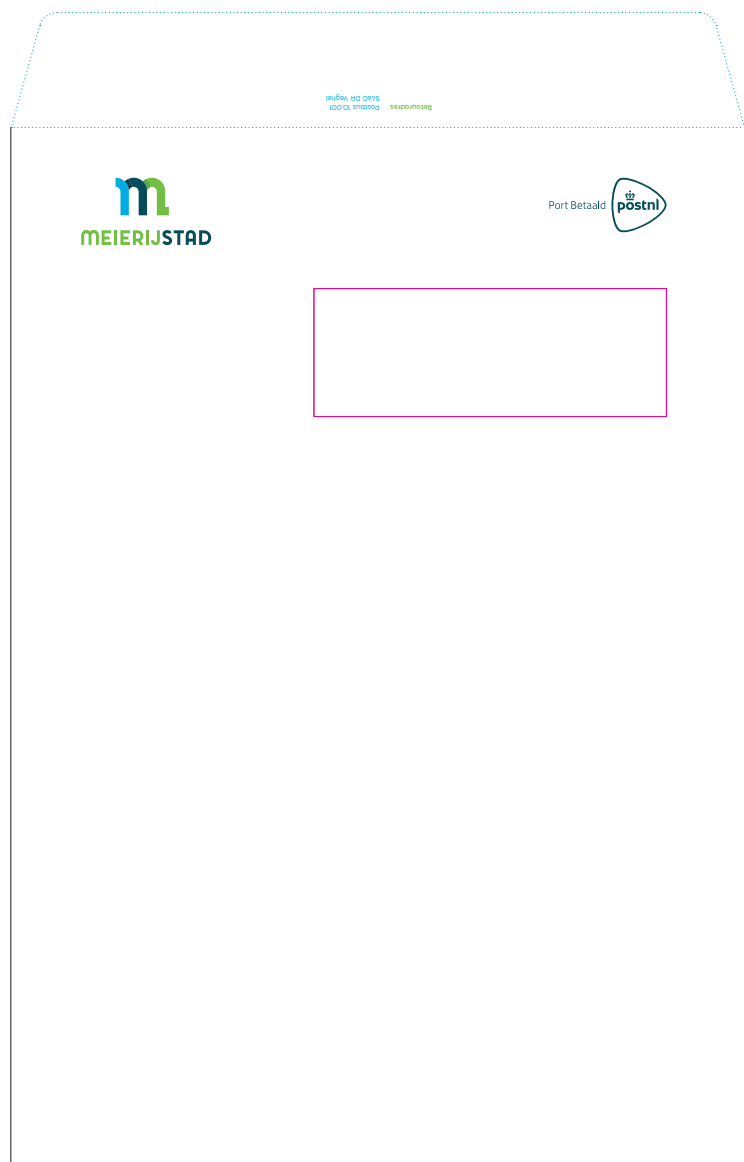
125 mm

135 mm

183,5 mm

**D**

## Enveloppen



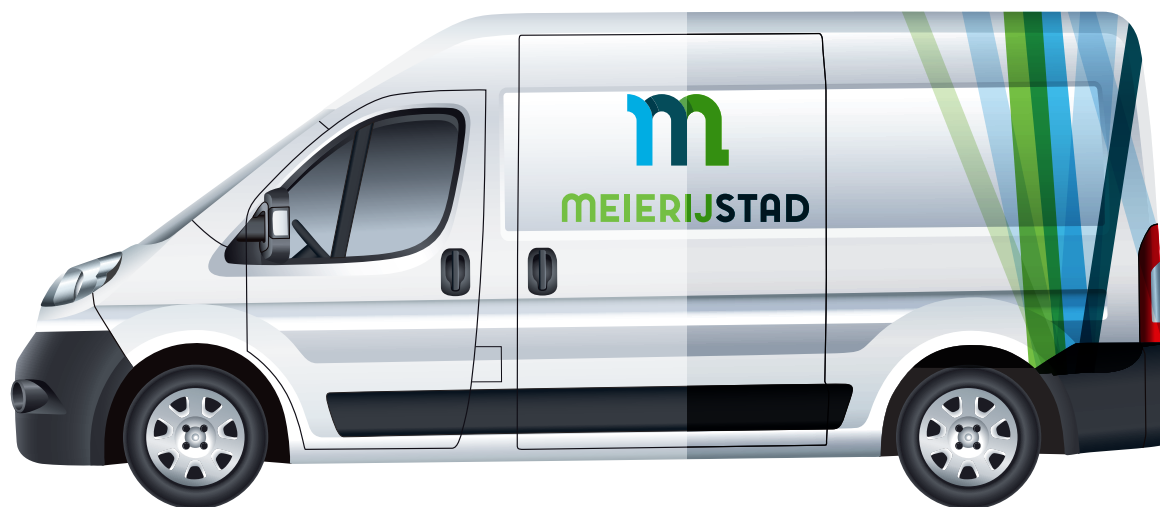




## Vervoersmiddelen

De vormgeving van de vervoersmiddelen is altijd in lijn met de huisstijl van Meierijstad. Gebruik van pay-off is niet wenselijk. De opmaak van de vervoersmiddelen is afhankelijk van het voertuig. Men moet rekening houden met de belijning van de wagen. Tevens moet er gebruik worden gemaakt van een officiële werktekening. Deze zijn bij een autoleverancier op te vragen.

**Noot:** voor events en andere uitingen (busreclame) dient er altijd overleg te zijn met het team communicatie ([huisstijl@Meierijstad.nl](mailto:huisstijl@Meierijstad.nl)).



## Kleding

Het logo van Meierijstad wordt altijd geplaatst aan de linkerkant van de borst. Bij donkere kleding wordt het logo in het wit geplaatst. Bij een overall kan het logo ook nog geplaatst worden op de mouwen. Op jassen mag het logo ook centraal geplaatst worden op de rug. De verhouding en grootte van het logo zijn afhankelijk van het gebruik van de kleding. Leesbaar op een afstand van één meter. De grootte varieert tussen de 10 en de 5 centimeter.

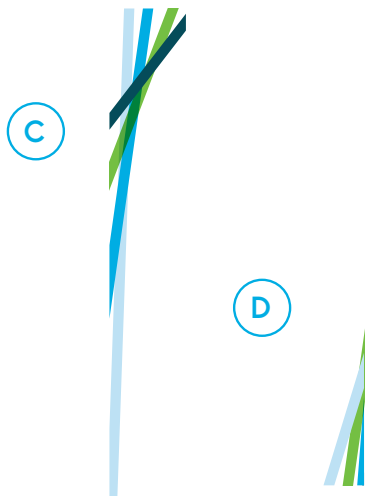




## Banieren

Verticaal lijnenspel

PAG 48





Pay-off

Meierijstad

beweegt

Meerijstad kiest voor een pay-off.

De pay-off is: **Meerijstad beweegt**

Het fundament voor het ontwikkelen van een pay-off voor Meerijstad ligt in de besturings- en organisatiekosten en is gekoppeld aan de visie van Meerijstad.

De **pay-off** is een term die we hanteren voor het woord dat achter onze merknaam 'Meerijstad' staat. Deze pay-off gebruiken we om kort en bondig te communiceren waar ons merk voor staat. Een pay-off wordt gebruikt om een gevoel of associatie aan een merknaam toe te voegen.

Meerijstad is een nieuw begrip in de regio en de meeste mensen hebben nog geen associaties met deze naam. Daarom kunnen we dit nog sturen. Voor de eerste periode zal het gebruik van de pay-off dan ook vaker gebruikt worden om de nieuwe gemeente te gaan 'laden'.

Deze pay-off dekt de ladingen:

- Dynamisch
- Flexibel
- Verbinden

We kunnen de pay-off gebruiken bij onderwerpen die we aan dynamisch, flexibel en verbinden kunnen koppelen.



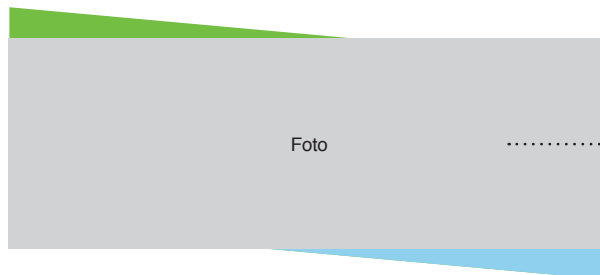
MEIERIJSTAD

*beweegt*

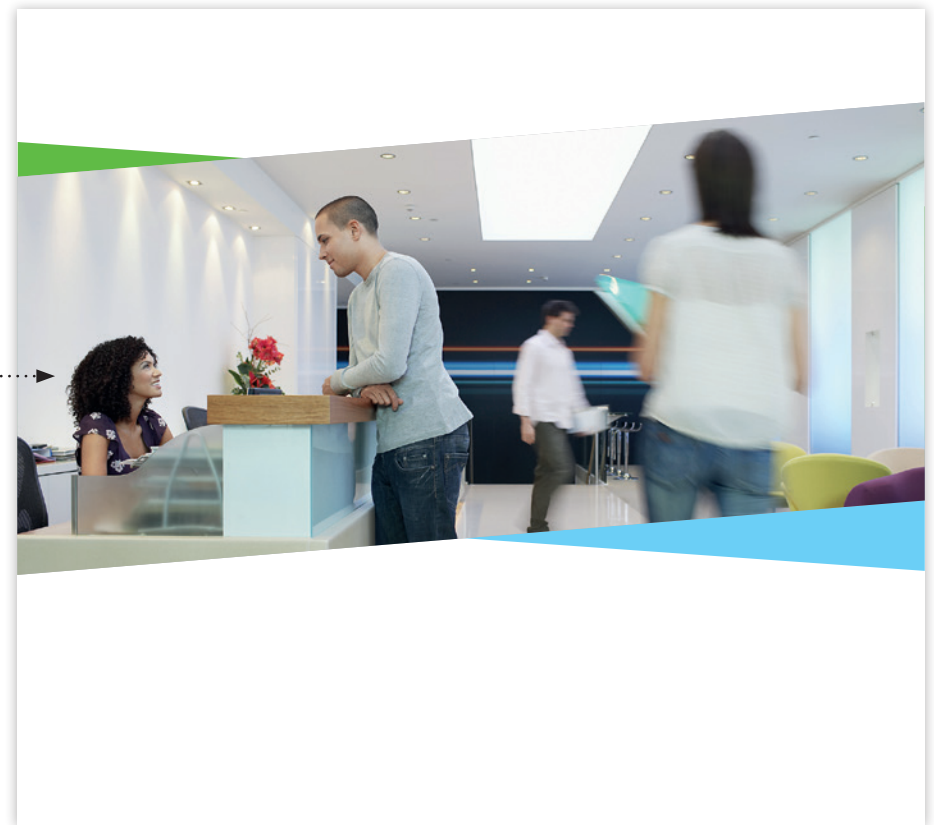


## Grafische elementen pay-off

Het idee van de lijnen die schuin aflopen mag ook in de fotokaders worden doorgevoerd. Een kader wordt altijd 5 graden schuin getrokken. Bij voorkeur in een opgaande lijn.



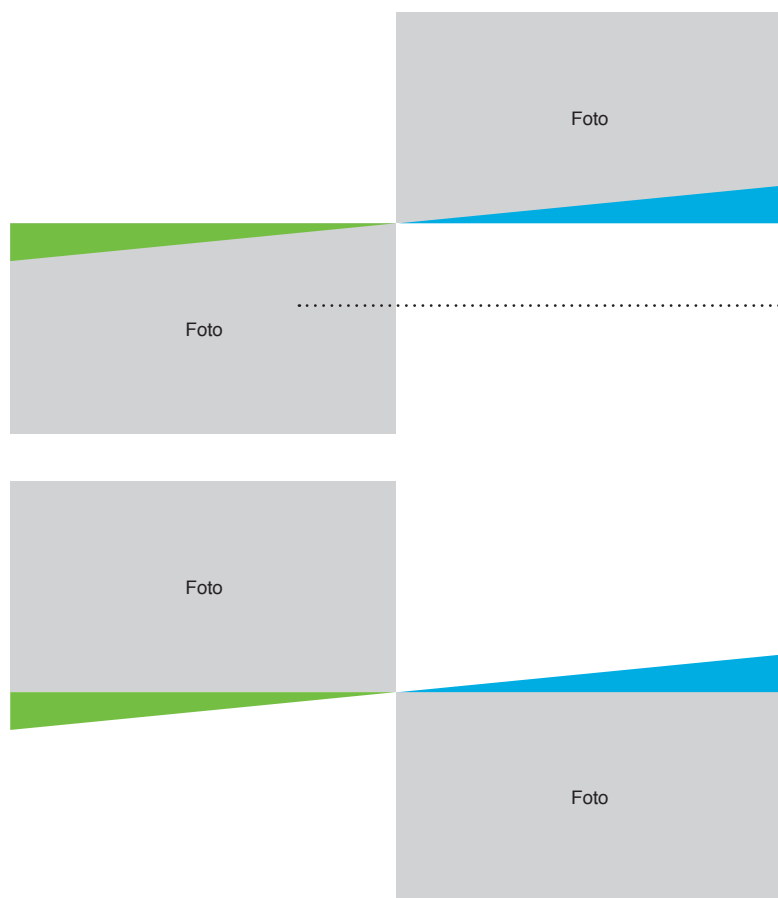
De strepen kunnen variëren qua kleur, als de aangegeven drie kleuren en hun aangegeven percentages van 30, 50, 80 of 100% maar gebruikt worden.



Voorbeeld

## Grafische elementen pay-off

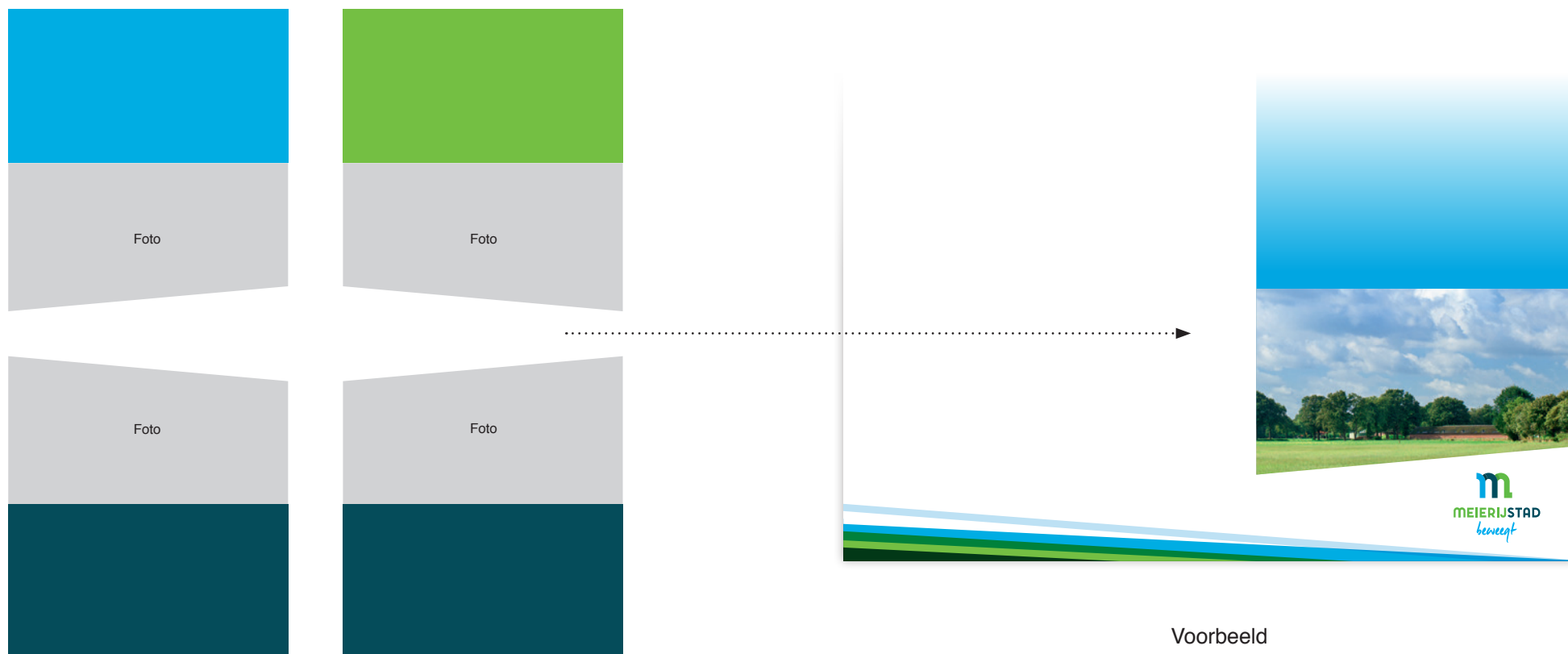
De vlakken rond de foto's kunnen ook schuin getrokken worden.  
Een kader wordt altijd 5 graden schuin getrokken.



Voorbeeld

## Opzet uitingen

Meerdere onderdelen van de opmaak mogen de schuin aflopende lijn hebben. Zo is het mogelijk dynamiek in de opmaak te krijgen. De fotokaders kunnen ook dezelfde schuine afloop hebben. Bij alle uitingen is het zaak dit met mate en met smaak toe te passen.



## VOORWOORD

HALLO WIJKBEWONERS, DE KOMENDE JAREN WORDT ER HARD GEWERKT OM HET WOON-PLEZIER IN DE BLOEMENWIJK TE VERGROTEN DOOR HET UITZETTEN VAN SOCIALE ACTIVITEITEN, GROOT ONDERHOUD AAN EEN DEEL VAN DE WONINGEN EN ONDERHOUD AAN DE RIOLERING. OM U ALS INWONER VAN DE BLOEMENWIJK OP DE HOOGSTE TE HOUDEN OVER DEZE ONTWIKKELINGEN ONTVANGT U MET REGELMAAT DEZE NIEUWSBRIEF MET NIEUWS VAN BEWONERS, AREA, DE GEMEENTE VEGHEL EN VIVARA. HEEFT U ZELF OOK EEN ONDERWERP VOOR DEZE NIEUWSBRIEF, STUUR DAN EEN E-MAIL NAAR [JOU@VEGHEL.NL](mailto:JOU@VEGHEL.NL)



## GROOT ONDERHOUD 79 WONINGEN IN DE BLOEMENWIJK

Knaapengroep uit Son heeft onlangs van Area de opdracht gekregen om 79 woningen in de Bloemenwijk te renoveren. Deze aannemer is gespecialiseerd in onderhoud en renovatie en neemt de woningen aan de Violentastraat, Leeuwenbekstraat, Rozenstraat, Chrysantenstraat, Gladiolenstraat en Riddersporenstraat dit jaar onder handen.

**Bewonerswerkgroep BLO:** Jan, Maria, Ad, Monique, Robin en Zus zijn nauw betrokken geweest bij de keuze van de aannemer en bij de voorbereidingen van het groot onderhoud. De wijkraad volgt het traject ook op de voet. Op deze manier wil Area er voor zorgen dat bewoners op de juiste manier en op het juiste moment betrokken worden en goed geïnformeerd zijn.

**Startbijeenkomst:** de aannemer nodigt alle bewoners uit voor een startbijeenkomst in april en vertelt dan ook wat meer over de planning en de aard van de werkzaamheden.

**Start werkzaamheden:** Knaapengroep start eind mei met de bouwwerkzaamheden in de Riddersporenstraat. Met een nieuwsbrief zal de aannemer omwonenden tijdig informeren over de werkzaamheden. De werkzaamheden zullen ook gepaard gaan met enige overlast. Dat kan nou eenmaal niet anders.

**Blokbijeenkomsten:** de aannemer organiseert bijeenkomsten per woonblok en brengt de bewoners volledig op de hoogte van de planning en andere belangrijke zaken. Het groot onderhoud zal resulteren in mooie en duurzame woningen met een hoog wooncomfort. Woningen waar bewoners trots op kunnen zijn.

Het is de bedoeling dat het groot onderhoud vóór Kerst 2016 gereed is.



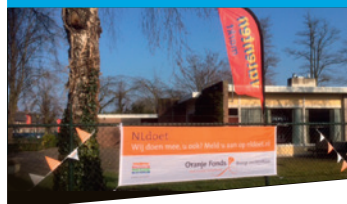
Nieuwsbrief 13 • april 2016

## SUCCESVOLLE EN GESLAGDE TALENTENMARKT NL-DOET DAG

Op zaterdag 11 maart jl. vond de NL-Doet dag plaats waarbij het Oranjefonds mensen stimuleert zich in te zetten voor hun buurt of het verenigingsleven. Jacqueline Hermes en Anita Lucius, bewoners uit de Bloemenwijk hebben samen met ondersteuning van sociaal werker Bert Vos van ONS Welzijn, een aantrekkelijke Talentenmarkt georganiseerd in wijkgebouw de Bloemfontein.

Het was een stralende zaterdag die de lente zichtbaar in-luide aan en alit moede weer bracht mensen in beweging wat duidelijk te merken was. Tussen 10.00 uur en 15.00 uur kwamen bewoners binnenlopen en hadden de kraamhouders niets te klagen over de aandacht die ze kregen.

Creative & culinaire bewoners hadden deze dag een (gratis) kraam gereserveerd en keken na afloop terug op een geslaagde eerste talentenmarkt in de Bloemfontein. Kinderen werden gratis geschminkt en ook met klei wisten de jongste bezoekers onder aanvoering van een vrijwilligster wel raad. Het CDA bracht in de ochtend warme worstenbroodjes voor de vrijwilligers en kraamhouders en tussen de middag was er een gratis broodje. Ook was er verse Chinese tomatensoep voor alle deelnemers, vrijwilligers en bezoekers. Begrijpelijk werd deze gastvrijheid zeer gewaardeerd. Al met al een zeer geslaagde dag!



## NIEUWS DEELWIJKSCHOUW BLOEMENWIJK

Op dinsdag 5 april jl. heeft wijkbeheerder Henk de Laat samen met bewoners uit de Bloemenwijk, wijkraad kern West, opbouw-werker ONS Welzijn en wijkbeheerder Area Wonen weer een wijkshow gehouden in de Bloemenwijk.

De gemeente Veghel en Area zijn flink aan het investeren in de openbare ruimte. Zo worden trottoirs worden opnieuw aangelegd. Door Area zijn samen met de bewoners nieuwe schuttingen geplaatst en om meer veiligheid te creëren is op plaatsen verlichting in de brandgang gerealiseerd.

### Aandachtspunten

Ook zijn er enkele aandachtspunten voor de wijk. Helaas hebben we gezien dat op sommige plaatsen in de wijk de brandgangen gebruikt worden als stortplaats. Ook worden overal in de wijk handen uitgelaten waarbij de hondenuitwerping niet wordt opgeruimd. We hebben zelfs gezien dat de hondenuitwerping in plastic zakjes overal in de wijk wordt gedumpt. Dit wordt door vele bewoners als grootst ergernis gezien. Alle aanwezigen waren het er over eens dat we ondanks enkele vervelende aandachtspunten toch met elkaar een grote verbetering in de wijk hebben gemaakt. De openbare ruimte ziet er veel beter uit dan voorheen en ook de uitstraling van de huizen en de afscheidingen hebben daar een grote rol in gespeeld. Enkele vrijwilligers uit de wijk hebben het zwerfvuil opgeruimd en ook dat geeft een positieve kijk op de wijk.

### Schoon heel en veilig

Nu moeten de bewoners met elkaar de wijk Schoon Heel en Veilig houden. Dit kan door elkaar aan te spreken op negatieve gedragingen in de wijk. Met elkaar buurtinitiatieven organiseren en eventueel opschoonacties in de wijk houden. Want het achterlaten van afval en zwerfvuil in de Bloemenwijk blijft een groot aandachtspunt. Wilt u in de wijk uw eigen woonomgeving schoonmaken reserveer dan de kluslansen aan de gemeente Veghel: [www.veghe.nl/meedoeninebuurt](http://www.veghe.nl/meedoeninebuurt)

## LEEFBAARHEIDSBUDGET: GOED IDEE? DOE ER IETS MEE!

Wilt u bijvoorbeeld een activiteit organiseren voor ouderen in de buurt? Of wilt u met uw buurtgenoten een moestuin aanleggen? Of een schoonmaakactie houden? En heeft u advies nodig?



Meld dan uw idee of activiteit aan bij de gemeente Veghel via [www.veghe.nl/meedoeninebuurt](http://www.veghe.nl/meedoeninebuurt). Wij nemen daarna contact met u op om samen de mogelijkheden te bespreken. Belangrijk is dat uw plan of idee ten goede komt aan de hele wijk, buurt of straat en dat u en de buurtbewoners zelf aan de slag gaan. Zo zijn enkele vrijwilligers uit Bloemenwijk en Oranjewijk gestart met het organiseren van een lunch voor ouderen.

Sommige ideeën/ activiteiten kunnen rekenen op een bijdrage uit het leefbaarheidsbudget. De gemeente Veghel heeft het leefbaarheidsbudget in 2013 geïntrouduceerd. Het is bedoeld om inwoners van Veghel uit te dagen actief bij te dragen aan de leefbaarheid in hun eigen buurt, wijk of dorp. Voor 2016 heeft de gemeente een bedrag beschikbaar gesteld van € 30.000,-. Exacte voorwaarden om in aanmerking te komen voor dit budget zijn te vinden op [www.veghe.nl/meedoeninebuurt](http://www.veghe.nl/meedoeninebuurt).



Meld je aan voor meer veiligheid in onze wijk [www.bin-meierijstad.nl](http://www.bin-meierijstad.nl)



## DIT MOET NEDERLAND WETEN ONDERNEMERS INFO

### GEZAMENLIJK POSITIONEREN

Veghel is ondernemend, coöperatie en sociaal betrokken, maar tegelijkertijd ook intro-vert. Dat laatste mag anders. We mogen trots zijn op Veghel en deze trots uitdragen. Geheel volgens de coöperatieve roots van Veghel is in samenspraak met bedrijfsleven, maatschappelijk middenveld en gemeente de positionering 'Veghel maakt er werk van' tot stand gekomen. Nu staan we met elkaar voor de taak om de positionering te laten leven. Hoe mooi is het als iedereen de kenmerkende zwart-witte ruitvorm gebruikt en daarmee overal te zien is? Op vrachtwagens, in folders, advertenties, websites, social media en billboards; niets is te gek. Doe ook mee, want samen maken we er werk van!

### VOORDELEN VAN POSITIONERING

Een krachtig gepositioneerd Veghel heeft positieve effecten voor ons allemaal. Niet alleen kunnen hiermee de gemeentelijke ambities op het gebied van wonen en werken waargemaakt worden. Een sterk bedrijfsleven en dito maatschappelijk middenveld maken het mogelijk om een groot collectief te vormen met betere en eenvoudige samenwerking tussen ketenpartners. Goed gevulde bedrijventerreinen zorgen ervoor dat de waarde van vastgoed beter behouden blijft. Bovendien komt een sterke positionering van Veghel ook de eigen naamsbekendheid ten goede. Tegelijk met de Veghelse positionering kunnen bedrijven en maatschappelijk middenveld ook zichzelf profileren. En natuurlijk heeft een goede profilering ook een gunstige invloed op het werven van personeel. Voordeelen voor iedereen als we het samen doen!

### DOE MEE MET DE POSITIONERING

Iedereen die op zijn of haar manier bijdraagt aan het ondernemende, coöperatieve en sociaal betrokken karakter van Veghel kan meedoen met de positionering. Graag zelfs, want juist doordat de positionering overal terugkomt, wordt Veghel een sterk merk. De kenmerkende zwart-witte ruitvorm van 'Veghel maakt er werk van' is flexibel en vrij te gebruiken op uw eigen materialen. Geen ingewikkelde regels. Plaats het beeldmerk bijvoorbeeld op je advertentie, poster, website of social media. Of op je vrachtwagen of bedrijfswagen. De tekst in het witte vlak kun je zelf invullen. Zo kun je je eigen boodschap meegeven en je eigen stijl behouden.

### ZOEK JE INSPIRATIE?

Bekijk de filmtrailer op onze website of op YouTube of vraag de USB-stick op met filmtrailer en inspiratie-manual door een e-mail te sturen aan [ikmaakerwerkvan@veghe.nl](mailto:ikmaakerwerkvan@veghe.nl).

## POSITIONERING MEIERIJSTAD MAAKT ER WERK VAN

### PEILING ONDERNEMINGSKLIMAAT

Om een beeld te krijgen van de mate van waardering door ondernemers van het ondernemingsklimaat in onze gemeente, heeft Veghel een onderzoek laten doen door Peiling Ondernemingsklimaat (POK). Behalve Veghel, hebben dit jaar 8 andere gemeenten meegedaan aan het onderzoek van POK. Daarmee kunnen de resultaten met andere gemeenten worden vergeleken. Door middel van een steekproef in het bedrijvenregister zijn ondernemers uitgenodigd. 121 bedrijven hebben aan het onderzoek meegedaan. Een groot deel van de respondenten (45%) is ZZP'er, 23% heeft een bedrijf bestaande uit 2-4 personen en 3% heeft een bedrijf met meer dan 100 mensen.

### CONTACT BESTUURDERS

Voor de dienstverlening krijgt Veghel hoofdzakelijk ruim voldoende en hoger. Op de mogelijkheid om met bestuurders in contact te komen, krijgt de gemeente een 8,0. De snelheid waarmee vragen beantwoord worden, krijgt een 6,3 en is daarmee een punt van verbetering.

De respondenten zijn zeer te spreken over het ZZP- en het toeristisch beleid. Waar de gemeente volgens hen meer inspanningen zou mogen leveren, is aan het tegengaan van leegstand en zorgen voor minder regeldruk. Op bereikbaarheid van het bedrijf met het OV scoort Veghel laag ten opzichte van het gemiddelde onder de deelnemende gemeenten. De resultaten van dit onderzoek zijn welkom feedback op ons beleid en onze dienstverlening. Ze bieden inzicht in onze verbeterpunten en onze kwaliteiten, en we nemen ze mee om verbeteringen aan te brengen.

## ZEER TE SPREKEN OVER HET ZZP- EN HET TOERISTISCH BELEID



**COLOFON**  
 Uitgave februari 2015  
 Bedrijfscontactfunctionaris Natasa Bloem  
 E-mail: [bedrijfs@veghe.nl](mailto:bedrijfs@veghe.nl)  
 Tel: 16 043  
 Website: [www.veghe.nl](http://www.veghe.nl)  
 Fotografie: Monique van der Steen, Mark Kampthuis en Philips



MENSEN STAAN VOOROP BIJ DE WETHOUDER MAATSCHAPPELIJKE ONTWIKKELING & CULTUUR. HIJ VERTEGENWOORDIGT MET EEN 'HART VOOR VEGHEL' EEN AMBITIEUZE POLITIEKE PARTIJ DIE GAAT VOOR ALLE INWONERS VAN DE GEMEENTE VEGHEL.

### WIE BEN IK?

Mijn naam is Riny van Rinsum, 60 jaar oud. Ik ben partner van Wilma Beks, vader van vier en ik heb vier kleinkinderen. Sinds 2008 ben ik wethouder voor de gemeente Veghel. Mijn spaa-zame vrije tijd besteed ik graag aan mijn gezin, sporten, lezen, wandelen en ik kijk ook graag naar een Engelse detective. Voor mijn carrière als wethouder ben ik in het onder-wijs werkzaam geweest, o.a. als teamcoördinator bij het ROC-Eindhoven.

### WAT DOE IK VOOR HET VEGHELSE BEDRIJFSLEVEN?

Ik vind het belangrijk dat het CHV-terrein (Cultuur Haven Veghel-terrein) zich verder ontwikkelt. Naast het cultuurcluster zal in dit gebied de agrifoodcombinatie, het gezicht van onze regio voor Europa moeten gaan worden. In dit gebied zullen beleving, ontdekking en ontspanning belangrijke ingrediënten vormen. Hiervoor moet de gemeente binnen de ruimtelijke mogelijk-he-den het bedrijfsleven faciliteren en mogelijk laten participeren in projecten als dit alles een duidelijke meerwaarde heeft voor de inwoners van Veghel. Ook kleinere dienstverlenende bedrij-ven kunnen wat mij betreft een plek krijgen in dit gebied. Als uitgangspunt geldt dat het winkelcentrum in Veghel en het CHV-terrein complementair moeten zijn.

Heeft u vragen? Spreek mij gerust aan!





# Spring jij in de bres voor onze gemeenten als medewerker Publiekszaken?



## Wij zoeken **6 kandidaten** voor circa **20 uur per week**

### **Pak je kans**

In de afgelopen jaren hebben meerdere kandidaten succesvol deelgenomen aan het werklertraject. We starten daarom met een nieuw traject en zoeken 6 klantgerichte collega's, die stage willen lopen en de opleiding medewerker publiekszaken willen volgen. Ook dit jaar is gekozen om met een aantal gemeenten in de regio samen te werken, zodat we meer mensen de kans bieden om werkervaring op te doen. Daarnaast biedt dit kansen voor de gemeenten om elkaar te ondersteunen. De afdelingen publiekszaken (pz) van de diverse gemeenten zijn op zoek naar gemotiveerde kandidaten die werkervaring op willen doen in combinatie met een vakgerichte opleiding medewerker publiekszaken.

### **Wat gaan we doen**

De afdeling publiekszaken verleent administratieve ondersteuning op het gebied van afhandelen en uitrekenen van reisdocumenten, rijbewijzen en het maken van afspraken. Je neemt de telefoon aan, geeft algemene informatie en schakelt door le ontvangt burgers en klanten aan de centrale balie en Je verwijst door. Je stage loop je een jaar lang bij één gemeente of een half jaar in twee gemeenten. Het betreft de periode oktober 2015 tot oktober 2016. In deze periode ga je ook 8 uur per week een studie volgen.

### **Wat vragen we**

Je beschikt minimaal over een MBO werk- en denkniveau. Je bent bereid 8 uur per week de opleiding 'medewerker Publiekszaken' te volgen naast 12 uur stage. Je kunt goed mondeling en schriftelijk communiceren en je hebt een klantgerichte instelling. Daarnaast heb je enige ervaring met het werken op de computer. Het is jammer, voor jou én voor ons, als je tussendoor moet afhaken, omdat de UWV dit financieel niet ondersteunt.

### **Wat bieden wij**

Wij bieden jou de mogelijkheid om de opleiding 'medewerker Publiekszaken' vakinhoudelijk op MBO 3-niveau te volgen, die wij volledig vergoeden. Hiervoor wordt een opleidingscontract afgesloten. De reiskosten voor het volgen van de opleiding worden vergoed (locatie opleiding te Sint-Oedenrode). Voor de stage wordt geen stagevergoeding toegekend. Je komt in een leuke collegiale werkomgeving en wordt door medewerkers van de gemeenten begeleid. De werkervaringsplaats geeft je de kans om, met je opleiding en behaalde diploma, op zoek te gaan naar een baan!

### **Meer informatie**

Wil je meer informatie, bel dan met John Minnen, afdelingshoofd van de afdeling Publiekszaken van de gemeente Schijndel tel. 033 - 5440800. Meer informatie over de gemeente Schijndel is terug te vinden op de internetwebsite [www.schijndel.nl](http://www.schijndel.nl)

### **Interesse?**

Schrijf ons een enthousiaste brief waarom juist jij de kans moet krijgen op een werkervaringsplaats. Geef hierbij duidelijk aan naar welke 2 gemeenten jouw voorkeur uitgaat (zie bovenzijde). In verband met de vakantieperiode vinden de gesprekken verspreid over juni en juli plaats. Geef daarom aan in welke periode jouw vakantie valt. Solliciteren kan via <https://vacatures.werkeninnoordbrabant.nl> vóór vrijdag 12 juni 2015. Bij definitieve plaatsing voor een werkervaringsplaats is het noodzakelijk om een Verklaring Omrent Gedrag te kunnen overleggen of aan te vragen. De kosten hiervan worden vergoed.







## COMMUNICATIE TITEL VAN DEZE POSTER



Toevoeging actiematige  
tekst van deze poster.  
reperore voluptatur? Qui  
torae volessi ame venis  
dolorit qui nosanihil intio  
ea doles is re, ium eaquati

  
**MEIERIJSTAD**  
*beweegt*



WELKOM IN  
OLLAND



WELKOM IN  
MEIERIJSTAD



WELKOM IN  
WIJBOSCH



WELKOM IN  
MEIERIJSTAD



## Socialmediaheaders

Bij de socialmedia-uitingen maken we geen gebruik van het lijnenspel in de fotografie om rust te creëren in het geheel.

PAG 64



Met vriendelijke groet,

Mariska van de Berg  
Coördinator Burgerinitiatieven Meierijstad



T: +31 413 386644

M: +31 618 657194

E: [mariska.van.de.berg@meierijstad.nl](mailto:mariska.van.de.berg@meierijstad.nl)

Mijn werkdagen zijn maandag tot 12.00 uur en dinsdag,  
woensdag, donderdag, vrijdag tot 17.00 uur

[E-mail disclaimer](#)

[www.meierijstad.nl](http://www.meierijstad.nl)

# Bijlage

# KLANTGERICHT SCHRIJVEN

In deze schrijfwijzer vind je richtlijnen om klantgericht te communiceren. De schrijfwijzer bestaat uit acht tabbladen. Het tabblad 'Klantgericht schrijven' legt uit hoe je op een begrijpelijke en toegankelijke wijze kunt schrijven. De overige zeven tabbladen geven je tips voor het schrijven van teksten aan inwoners, raads- en collegeleden. Ongeacht de tekstsoort verloopt het schrijfproces altijd in twee fasen: (1) denken en (2) doen.

## Fase 1. Denken

Voordat je start met het schrijven van je tekst, stel je jezelf drie vragen:

1. Wie is mijn lezer?
2. Wat is het doel van de tekst?
3. Wat is de inhoud van de tekst, of, wat wil/moet ik de lezer meedelen?

Stel de antwoorden hierop centraal bij het schrijven van je tekst.  
Het helpt je om je tekst klantgericht te schrijven.

## Fase 2. Doen

Wanneer je duidelijkheid hebt over je lezer, doel en boodschap, start je met het schrijven van je tekst. Dit is de tweede fase. Om begrijpelijke en toegankelijke teksten te schrijven, pas je de richtlijnen toe. Deze vind je op de volgende tabbladen.



### RICHTLIJNEN VOOR BEGRIJPELIJK EN TOEGANKELIJK SCHRIJVEN

## 1. Schrijf actief en persoonlijk

Actief en persoonlijk schrijven betekent dat je de lijdende vorm niet gebruikt. Een actieve zin maakt duidelijk wie wat doet. Een zin maak je actief door de werkwoorden 'worden' en 'zijn' weg te laten. Kijk maar eens naar de volgende voorbeelden.

**NIET:** Het formulier moet binnen tien werkdagen worden teruggestuurd.

**NIET:** U wordt verzocht de leges te voldoen.

**NIET:** Er is gekeken of deze maatregelen op korte termijn kunnen worden uitgevoerd.

**WEL:** Stuurt u het formulier binnen tien werkdagen terug?

**WEL:** Wij verzoeken u de leges te voldoen.

**WEL:** De projectgroep heeft bekeken of zij de maatregelen op korte termijn kan uitvoeren.

Tip: om een zin actief te maken, stel je jezelf de vraag 'wie doet wat?'

## 2. Vermijd hulpwerkwoorden

Hulpwerkwoorden zoals kunnen, zullen en willen zijn vaak overbodig en maken een zin onnodig lang. Laat ze daarom weg.

**NIET:** Uw bezwaarschrift zal naar verwachting in de vergadering van 15 augustus worden behandeld.

**NIET:** Wij willen u graag wijzen op de datum van automatische incasso.

**WEL:** Wij verwachten uw bezwaarschrift in de vergadering van 15 augustus te behandelen.

**WEL:** Graag wijzen wij u op de datum van automatische incasso.

### 3. Gebruik werkwoorden in plaats van zelfstandige naamwoorden

‘Afstemming’, ‘bevestiging’, ‘betaling’ of ‘ontwikkeling’ zijn enkele voorbeelden waarbij het werkwoord is omgezet naar een zelfstandig naamwoord. De woorden zijn gemakkelijk te herkennen: ze eindigen vaak op -ing. Deze woorden maken een tekst formeel, vaag en onnodig ingewikkeld.

**NIET:** De bevestiging van uw aanvraag versturen wij u binnen drie weken.

**NIET:** Hij heeft de betaling in het eerste kwartaal voldaan.

**WEL:** Wij bevestigen uw aanvraag binnen drie weken.

**WEL:** Hij heeft in het eerste kwartaal betaald.

### 4. Vermijd vaktermen en ouderwets taalgebruik

‘... conform, onderhavige raadsvoordracht, diensgevolge, amoveren, in casu, dienovereenkomstig ...’ Vaktermen en ouderwets taalgebruik maken een tekst afstandelijk en nietszeggend. Ook zorgen ze voor een lager begrip van de tekst. Vermijd daarom het gebruik ervan en ga op zoek naar een vervangend woord. Kijk maar eens op [www.synoniemen.net](http://www.synoniemen.net). Kun je geen vervangend woord vinden? Leg het moeilijke woord dan uit aan je lezer.

### 5. Vermijd tangconstructies

Een tangconstructie is een zinsopbouw waarbij er een (grote) afstand bestaat tussen delen van een zin die eigenlijk bij elkaar horen. Een tangconstructie is niet fout, maar maakt een zin vaak onnodig ingewikkeld.

**NIET:** Ik heb de vergadering die ging over het afschaffen van de door de gemeente verstrekte subsidies voor de aanleg van sportparken bijgewoond.

**WEL:** Ik heb de vergadering bijgewoond die ging over het afschaffen van door de gemeente verstrekte subsidies voor de aanleg van sportparken.

**OF:** Ik heb de vergadering bijgewoond. Deze ging over het afschaffen van gemeentelijke subsidies voor de aanleg van sportparken.

### 6. Vermijd dubbele ontkenningen

Zinnen met een dubbele ontkenning zijn vaak moeilijk te begrijpen. Ze zorgen voor verwarring bij de lezer en dwingen hem soms de zin nog een keer te lezen.

**NIET:** Het is niet onwaarschijnlijk dat ...

**NIET:** Het is niet ondenkbaar dat ...

**WEL:** Het is waarschijnlijk dat ...

**WEL:** Het is denkbaar dat ...

## 7. Vermijd afkortingen

‘... etc., e.d., n.a.v., i.v.m., t.g.v., i.s.m., m.i., o.b.v., t.a.v., d.d., a.s ...’

Afkortingen zijn eenvoudig en vaak logisch voor de schrijver, maar zeker niet voor de gemiddelde lezer. Schrijf daarom de afkorting altijd voluit.

Ditzelfde geldt voor afkortingen die te maken hebben met je vakgebied, zoals:

‘... Wmo, Wvg, Wro, Woz ...’

Wil je de afkorting in je tekst toch gebruiken? Schrijf deze dan eerst helemaal uit en plaats daarachter de afkorting tussen haakjes. In het vervolg van je tekst kun je dan alsnog de afkorting gebruiken.

## 8. Vermijd lange zinnen

Lange zinnen zijn moeilijk te begrijpen en dwingen de lezer vaak de zin nogmaals te lezen. Onze richtlijn is een gemiddelde zinslengte van 15 tot 20 woorden. Is je zin langer? Deel deze dan op in twee of meer zinnen.

## 9. Vermijd lange alinea's

Net als lange zinnen zijn ook lange alinea's moeilijk leesbaar. De lezer verliest snel zijn aandacht en behoudt moeilijk het overzicht. Kortere alinea's geven meer structuur en duidelijkheid. Voor alinea's gelden daarom de volgende richtlijnen:

- Maak alinea's niet langer dan vijf à zes regels.
- Behandel per alinea slechts één onderwerp.
- Scheid iedere alinea door één witregel.

## 10. Opmaak

Pas de huisstijl van de gemeente Meierijstad toe op iedere tekst.

Het lettertype is Arial regular (platte tekst).

De lettergrootte in teksten is '10'.

## 11. Gebruik opsommingen

Benut de kracht van opsommingen. Ze zijn een uitstekend middel om informatie op een overzichtelijke manier te presenteren. Voor een opsomming gelden de volgende regels:

- Een puntsgewijze opsomming bestaat uit een inleidende zin (die eindigt met een dubbele punt) en een aantal onderdelen die met een nummer (1.), letter (a.) of opsommingsteken beginnen.
- Bestaat de opsomming uit delen van een zin? Begin dan elk deel met een kleine letter en eindig met een puntkomma. Het laatste deel van de opsomming krijgt een punt.
- Bestaat de opsomming uit hele zinnen? Begin dan elk deel met een hoofdletter en eindig met een punt of vraagteken.
- Bestaat de opsomming uit heel korte delen (een woord of enkele woorden)? Laat dan de leestekens weg. Begin ieder deel met een kleine letter.

## 12. Opbouw en gebruik tussenkopjes

Tussenkopjes maken de hoofdlijnen van een tekst op eenvoudige wijze duidelijk. Ook geven ze structuur aan je tekst. Iedere brief bestaat uit een inleiding, kernboodschap, subboodschappen en afsluiting. In de inleiding wordt bijvoorbeeld gerefereerd naar eerder contact, onderwerp en doel van de brief. Hierna volgt de kernboodschap, dit is de informatie die de lezer moet lezen. In de laatste alinea wordt de brief afgesloten met bijvoorbeeld een mogelijkheid tot vragen stellen of verwijzing naar een mailadres. Tussenkopjes kunnen uit één of meerdere woorden bestaan. En ook in vragende vorm geven ze de lezer veel duidelijkheid over de tekst die volgt, bijvoorbeeld: **“Waar vindt u meer informatie over de projectkosten?”** Tussenkopjes maak je **vetgedrukt**.