



# STIJL VAN HET HUIS

gemeente Eindhoven

Januari 2018



EINDHOVEN

## INHOUDSOPGAVE

### INLEIDING

### HET BELANG VAN EEN STERK MERK

#### 1. VISIE

#### 2. HET MERK

Merk

Grid

Varianten

Toepassing van logo varianten

Stadswapen

Vlag

#### 3. DE BASISELEMENTEN

Kleur

Kleurgebruik

Typografie drukwerk

Typografie overig

Basis regels typografie

Tone of voice/ taal van het huis

#### 4. FOTOGRAFIE

#### 5. LAY-OUT

Grid/stramien

Plaatsing logo in grid (signeren)

Stijlelement: e-formaat

Typografie binnen e-formaat

#### 6. INFORMATIEVE TOEPASSINGEN

#### STIJL VAN HET HUIS VOORBEELDEN

#### 7. SUBSTIJLEN

Eindhoven sport

Labels

Duurzaamheid



## INLEIDING

Dit huisstijlhandboek is een handboek nieuwe stijl. Dus niet alleen een opsomming van geboden en verboden maar een strakke, heldere basis voor het gebruik van het logo door de gemeente als wel de mogelijke 'vrijere' toepassing voor het merk.

In dit handboek dus enige 'do's and don't's' die hard zijn, maar vooral ook inspiratie en mogelijkheden. Met name voor het merk Eindhoven.

### Legenda

In dit huisstijlhandboek gebruiken we specifieke schrijfwijzes. Om de regels en richtlijnen goed te kunnen uitvoeren staan hieronder de definities beschreven.

Beeldmerk:   
 Woordmerk: **EINDHOVEN**  
 Moederlogo:  + **EINDHOVEN** (naast elkaar)  
 Logo (varianten): verzamelnaam voor bovenstaande varianten

## HET BELANG VAN EEN STERK MERK

Eindhoven is een krachtige, levendige stad. Een sterke stad. Maar daarmee is het nog geen sterk merk. Een naam die bij alle belanghebbenden een duidelijk beeld oproept. Een aantrekkelijk beeld. De kracht van die stad onderstreept, verduidelijkt en uniek maakt. Aan dat merk wordt hard gewerkt. Dit is het werkboek bij dat merk.

**1 STAD,  
 1 BEELDMERK,  
 1 MENTALITEIT,  
 1 UITSTRALING**



# 1. VISIE

## KERNBOODSCHAP

Eindhoven barst van de energie. Van werklust. Van plezier. Van denkracht. De stad is dan ook altijd volop in beweging. Verandert. Transformeert. Maar Eindhoven is ook altijd duidelijk, scherp en gefocust. De stad onderscheidt zich door de unieke combinatie en bundeling van kennis, technologie en design. Van verbeelding en denkracht dus. Met die energie en focus presteert de stad bovengemiddeld. En dus dient de stad zich bovengemiddeld te presenteren. Aan haar bewoners en de (buiten)wereld.

## Elevatorpitch

Eindhoven barst van de energie. Het is een stad van denken en doen. Verbeelden en maken. Brabants en werelds. Deze mentaliteit, innovatieve historie en geloof in de toekomst hebben Eindhoven een wereldwijde topositie opgeleverd in technologie, design en kennis. Door elkaar te stimuleren en samen te werken is Eindhoven in staat de wereld te inspireren en de stad te transformeren. Er is ruimte om te groeien. Voor talent, ideeën en initiatieven. Wie die energie voelt, is bijzonder welkom. Aan de slag!



# DE WERELD INSPIREREN EN LATEN ZIEN WAAR WE SAMEN TOE IN STAAT ZIJN

## MENTALITEIT

Een scherpe stad met focus dus. Een stad met (be)denkers en werkers. Een stad die vooruit wil en dat aan de wereld wil en moet laten weten. Dat is noodzakelijk om in beweging te blijven. Dat is de mentaliteit van de stad en ook de mentaliteit achter het merk. Want het merk Eindhoven is geen gegeven. Geen vaststaand feit. Geen status quo in beeld en woord maar beeld en woord in beweging. Met diepgang, inbedding en achtergrond. In eerste instantie hard en scherp maar bij nadere beschouwing opgebouwd uit meer dimensies. Eindhoven en het beeldmerk staan voor het licht. En niet voor de lamp.

### Eén merk

Bijna alle steden ter wereld hanteren twee of meer beeldmerken. Bijvoorbeeld gericht op bewoners en op niet-bewoners. Of op functionaliteit en op citybranding. Zo niet Eindhoven. Eindhoven is scherp en duidelijk. Waardoor stad, bewoners, bezoekers, studenten, investeerders, bedrijven, werknemers en anderen de stad altijd herkennen en erkennen in één beeldmerk. Onmiskkenbaar, herkenbaar en tegelijkertijd abstract en vloeiend en daardoor in staat mee te groeien. Mee te transformeren. De inherente bonus, het efficiencyvoordeel, is mooi meegenomen.

### Communicatieschema

De keuze voor één beeldmerk is een scherpe keuze en heeft dus ook consequenties voor boodschappen en middelen. Tone-of-voice en beeld worden bepaald door de afzender en de inhoud. Bijgaand schema geeft inzicht en overzicht. Uiteindelijk zal de output altijd thuishoren in één van de vier onderste 'bollen' en dus beleidsmatig, operationeel, informatief of wervend zijn. De mate van vrijheid bij de invulling van de output loopt respectievelijk op van 'strak' tot 'vrij'.



## 2. HET MERK

**MERK  
EINDHOVEN:**

**LOGO+STEM+BEELD**

TONE OF VOICE  
+  
TYPOGRAFIE

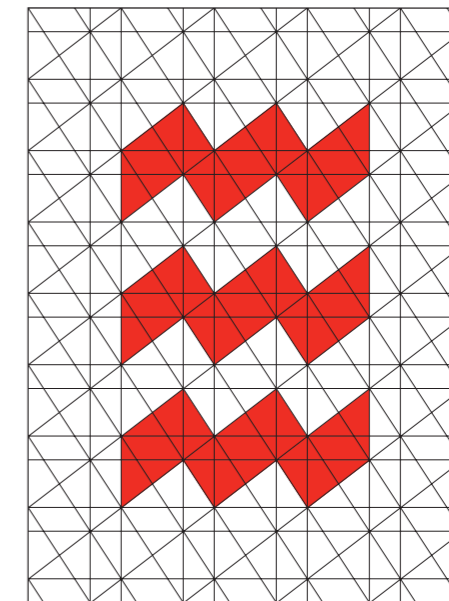
ENERGIE  
+  
FOTOGRAFIE

## HET MERK

Schichten. Flitsen. Vibes. Geef de onderdelen van het beeldmerk maar een naam. Maar sterk zijn ze. Samen of apart. Ze steunen elkaar en tillen zich zo naar grote hoogte. Duidelijk, uniek, herkenbaar en barstensvol energie. In uitingen van de gemeente zijn de vibes altijd onlosmakelijk met elkaar verbonden. In uitingen in het kader van het merk kunnen de vibes ook solo worden ingezet. En dan met name in bijzondere media (online), met bijzondere aanleidingen en op bijzondere plekken in de stad (bijvoorbeeld een zebrapad).

## GRID

De vibes komen niet uit het niets. Ze zijn onlosmakelijk onderdeel van een grid. Zoals ieder beeldmerk vanuit een achtergrond komt. Maar zelden zo duidelijk als het beeldmerk van Eindhoven. Het grid geeft het beeldmerk diepte. En veel mogelijkheden.



## VARIANTEN

### Beeldmerk

Het beeldmerk voor de stad kent vele toepassingen die zich niet altijd laten dwingen in één vorm. Daarom beweegt het beeldmerk mee. Het beeldmerk is met name voor de marketing van het merk inzetbaar (Eindhoven365).

### Moederlogo

Het moederlogo is een combinatie van het beeldmerk en het woordmerk samen. Het moederlogo signeert met name de communicatie uitingen van de gemeente.

Het staande logo (beeldmerk boven het woordmerk) mag alleen gebruikt worden wanneer er geen mogelijkheid is om het liggende logo te gebruiken.



## TOEPASSING VAN LOGO VARIANTEN

Een huisstijl biedt houvast om op een eenduidige manier naar buiten te treden. Aan de andere kant moet er ook ruimte zijn voor eigen interpretatie. Om wildgroei te voorkomen, zijn richtlijnen opgesteld.

### Boundingbox

Er is een minimale witruimte vastgesteld rondom de logo varianten. Dit is de zogenaamde 'boundingbox'. Deze witruimte moet als onzichtbaar onderdeel van het merk beschouwd worden, en speelt een essentiële rol bij de positionering. De maten van de minimale ruimte zijn ontleend aan het beeldmerk zelf voor een evenwichtig beeld.

### Schaling

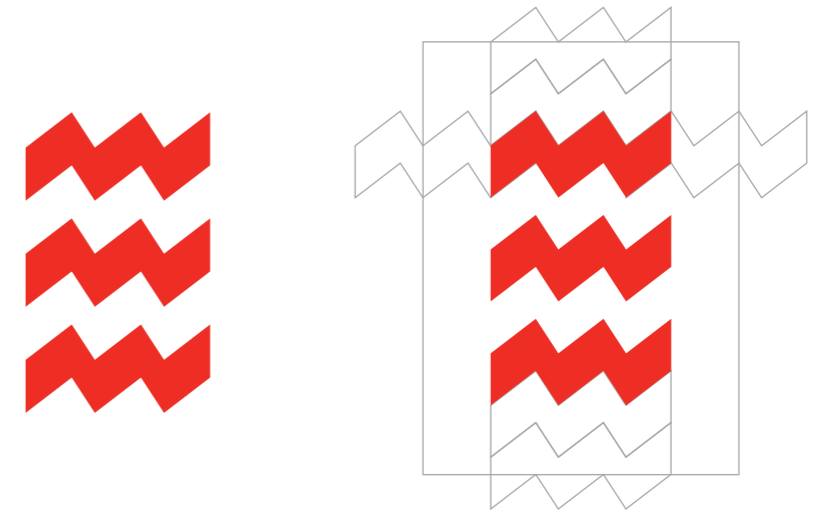
Voor zowel het beeldmerk als het moederlogo is een minimale grootte vastgesteld. Dit in verband met de leesbaarheid. Het merk mag enkel in zijn geheel en in gelijke proporties geschaald worden. Het is niet toegestaan elementen los van elkaar te schalen. Kijk voor meer informatie op pagina's 22-23, 56-57.



2,5 mm



14 mm



## LOGO VARIANTEN ZWART/WIT

Voor zowel het beeldmerk als het moederlogo gelden dezelfde regels. Wanneer een uiting in grijswaarden moet worden aangeleverd, wordt het logo op een witte ondergrond zwart en op een zwarte ondergrond wit.

## LOGO VARIANTEN OP KLEUR/BEELD

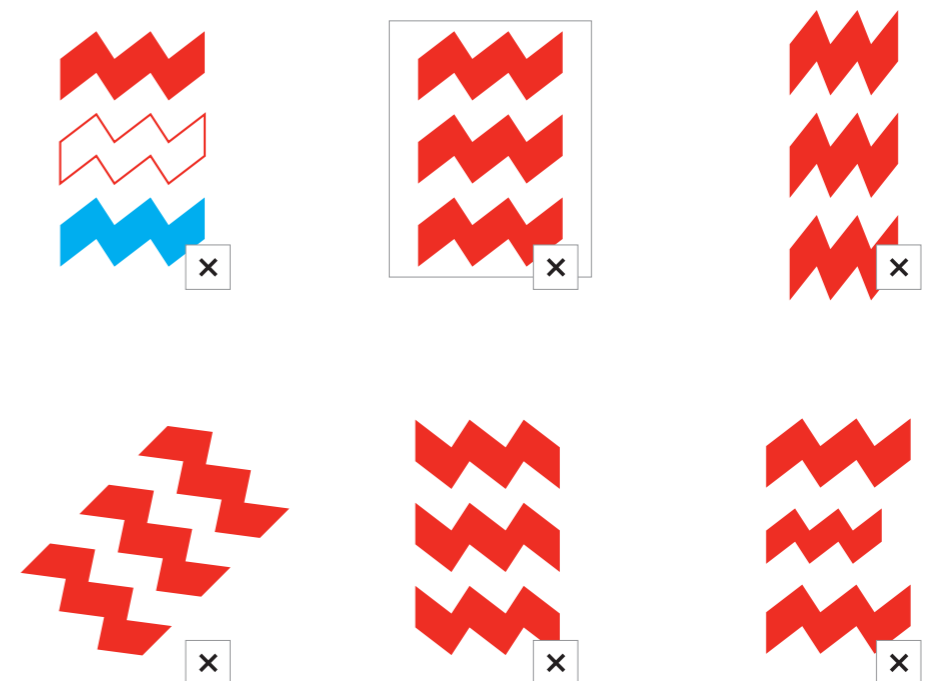
Het plaatsen van het beeldmerk en het moederlogo op een kleurvlak of foto is toegestaan mits het geen afbreuk doet aan de zichtbaarheid/leesbaarheid van de logo's. Het is belangrijk dat de logo varianten genoeg contrast hebben ten opzichte van de ondergrond. Kijk voor meer informatie over kleurgebruik op pagina 34 en verder.



## WAT NIET MAG

De hiervoor beschreven eigenschappen bepalen de enige juiste vorm van zowel het beeldmerk als het moederlogo. Hieronder een aantal voorbeelden van wat niet is toegestaan.

- De kleur niet aanpassen;
- De boundingbox niet aanpassen;
- Het logo niet vervormen
- Het logo niet draaien;
- Het logo niet spiegelen;
- Losse onderdelen van het logo niet aanpassen.



## STADSWAPEN

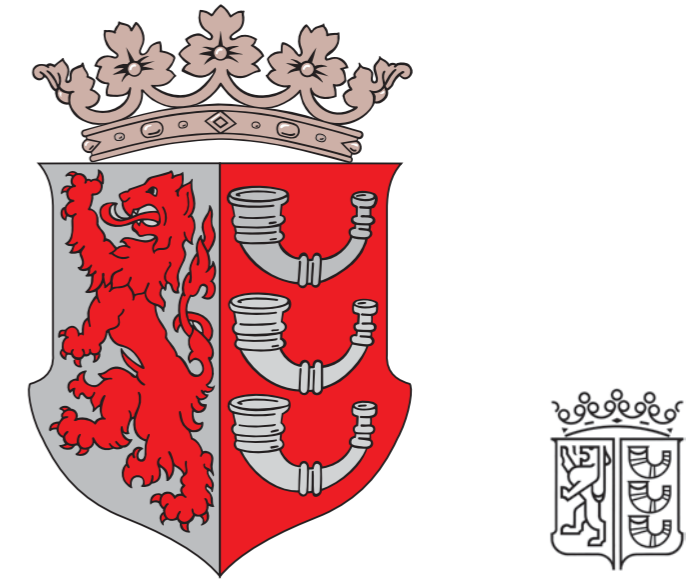
Koninklijk Besluit, 17 oktober 1923: Het wapen van Eindhoven bestaat uit een gedeeld argent schild met links een klimmende leeuw in keel en rechts drie argent posthoorns op een keel schild. De leeuw is afkomstig uit het wapen van de Hertog van Brabant. De hoorns komen uit het wapen van de Heer van Cranendonck (geslacht Horne). Beiden waren tegelijkertijd Heer van Eindhoven. Op het wapenschild is een gouden kroon met vijf bladeren afgebeeld. Het oudst bekende stadszegel toont deze afbeelding (1355).

Het heraldische wapen gebruikt de gemeente alleen vanuit geschiedkundig oogpunt. In het stadhuis is het in de vorm van een wapenschild aanwezig. Ook in de ambtsketen van de burgemeester is het wapen verwerkt. Er zijn geen toepassingen meer in gebruik in print of digitaal; uitzondering daarop is het gebruik in een historische publicatie.

## VLAG

De nieuwe bestuurlijke eenheid Groot-Eindhoven krijgt op 14 oktober 1927 een eigen stadsvlag. Sindsdien zijn de kleuren rood en wit, de kleuren van de stad. Stadsarchitect Louis Kooen ontwierp de vlag. De vlag toont een gestileerde hoofdletter E. Aan de stok twee verticale banen: een rode en een witte, geflankeerd door vijf horizontale banen afwisselend rode en witte. Ze symboliseren het samengaan in 1920 van de gemeenten Strijp, Woensel, Tongelre, Stratum en Gestel met de stad Eindhoven (1232).

De Eindhoven vlag wappert dagelijks op het bordes van het stadhuis. Deze vlag wordt geflankeerd door de nationale driekleur en de Europese vlag. In het stadhuis is een banier geplaatst bij de entree van de Burgerhal op de eerste etage. Op het banier is de Eindhoven vlag in combinatie met het heraldische wapen afgebeeld. Behalve op beide genoemde plaatsen wordt de vlag alleen gebruikt bij representatieve gelegenheden.





### 3. DE BASIS-ELEMENTEN

## KLEUR

### Primaire kleuren

De primaire kleuren zijn de kleuren waaruit de logo varianten zijn opgebouwd, in dit geval rood met daarbij zwart en wit.

### Secundaire kleuren

Naast de primaire kleuren is gekozen voor een aanvullend kleurenpalet. Dit biedt ruimte voor een kleurrijke uitstraling. Maar om overdaad aan kleur te voorkomen, moet beheerst worden omgegaan met dit palet.

Elk domein binnen de gemeente/het merk heeft een eigen kleur met daarbij een aantal kleurgradaties. Dit kleurenkompas heeft als functie een richting aan te geven en kan niet altijd als exact of alles omvattend worden beschouwd. Te allen tijde moet deze keuze bewust en weloverwogen worden gemaakt, en in de juiste context worden geplaatst. Bij een uiting over een cursus EHBO in het buurthuis, moet worden vastgesteld wat het hoofddoel is van de uiting. Deze valt binnen het domein 'welzijn en gezondheid', dit is dan ook de hoofdkleur worden van de uiting.

Wanneer het gaat over wijken en/of gebieden kiezen we voor één kleur; de primaire kleur (rood). Dit omdat we zo de eenheid van de stad extra benadrukken. Een wijk of gebied krijgt daarom nooit een eigen identiteit.



Pantone GOE 20-1-6 U  
Pantone PMS 485

CMYK: 0 96 100 0  
RGB: 227 37 39  
#E32527

RAL: 030 50 60  
NCS: S 0580-Y80R



Pantone GOE Neutral Black  
Pantone PMS Black

CMYK: 0 0 0 100  
RGB: 35 31 32  
#231F20

RAL: 000 15 00  
NCS: S 8505-G80Y



80%



60%



40%

(Grijstinten zijn percentages van zwart: 90%, 80%, 70%, 60%, 50%, 40%, 30%, 20% of 10%.)

## cultuur, vrije tijd en sport

Winkelcentra's, hotels, restaurants, cafes, uitgaansleven, catering, evenementen, cultuur, kunstgalerijen, design expo's, bioscopen, toerisme, games, urban sports, sportaccommodaties, ...



Pantone GOE ----  
Pantone PMS ----

CMYK: 60 50 100 70  
RGB: 60 51 18  
#3C3312

RAL: ----  
NCS: S 7020-G90Y



Pantone GOE 1-5-7 U  
Pantone PMS 7553

CMYK: 15 19 91 50  
RGB: 80 68 7  
#504407

RAL: 095 40 30  
NCS: S 6030-Y



geen Pantone GOE  
Pantone PMS 118

CMYK: 5 15 100 27  
RGB: 154 130 22  
#9A8216

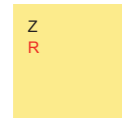
RAL: 070 50 30  
NCS: S 4040-Y



Pantone GOE 3-1-5 U  
Pantone PMS 114

CMYK: 0 7 93 0  
RGB: 243 193 31  
#F3C11F

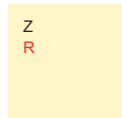
RAL: 080 80 80  
NCS: S 1060-Y10R



Pantone GOE 4-1-1 U  
Pantone PMS 127

CMYK: 0 5 57 0  
RGB: 255 234 130  
#FFEA82

RAL: 095 90 50  
NCS: S 0540-Y10R



Pantone GOE 4-1-1 U  
Pantone PMS 127

CMYK: 0 2 30 2  
RGB: 253 245 202  
#FFEA82

RAL: 085 90 30  
NCS: S 0520-Y10R

## arbeid en economie

Business events, vacatures, samenwerkingsverbanden, acquisities, open dagen, netwerken, internationale zaken, ...



Pantone GOE 86-4-4 U  
Pantone PMS 302

CMYK: 97 36 10 41  
RGB: 14 56 76  
#0E384C

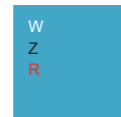
RAL: 250 30 15  
NCS: S 6020-B



Pantone GOE 88-2-6 U  
Pantone PMS 7705

CMYK: 95 0 6 30  
RGB: 17 98 132  
#116284

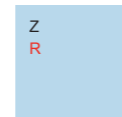
RAL: 240 50 25  
NCS: S 4040-B



Pantone GOE 88-2-2 U  
Pantone PMS 7702

CMYK: 59 0 8 8  
RGB: 74 153 186  
#4A99BA

RAL: 230 70 30  
NCS: S 1040-B



Pantone GOE 84-2-1 U  
Pantone PMS 290

CMYK: 32 0 8 0  
RGB: 163 211 235  
#A3D3EB

RAL: 230 80 15  
NCS: S 1020-B

## kennis en onderwijs

Opleidingen, informatie (VVV), cursussen, workshops, bibliotheken, seminars, alumni netwerk, ...



Pantone GOE 107-4-4 U  
Pantone PMS 3305

CMYK: 88 22 66 34  
RGB: 10 60 53  
#0A3C35

RAL: 180 30 20  
NCS: S 6020-B90G



Pantone GOE 105-5-3 U  
Pantone PMS 335

CMYK: 96 6 66 14  
RGB: 16 111 98  
#106F62

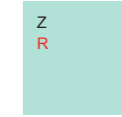
RAL: 180 50 40  
NCS: S 4040-B90G



Pantone GOE 105-2-5 U  
Pantone PMS 3268

CMYK: 66 0 41 0  
RGB: 35 176 153  
#23B099

RAL: 170 60 35  
NCS: S 2050-B90G



Pantone GOE 105-2-1 U  
Pantone PMS 573

CMYK: 25 0 16 0  
RGB: 176 214 201  
#B0D6C9

RAL: 170 90 10  
NCS: S 1020-B90G

## welzijn en gezondheid

Beauty, spa's, klinieken, uiterlijke verzorging, health technology, ziekenhuizen, ...



Pantone GOE 23-4-7 U  
Pantone PMS 1817

CMYK: 20 80 65 45  
RGB: 74 46 52  
#4A2E34

RAL: 010 30 15  
NCS: S 6020-R10B



Pantone GOE 23-4-4 U  
Pantone PMS 7640

CMYK: 11 60 19 23  
RGB: 142 90 93  
#8E5A5D

RAL: 360 50 20  
NCS: S 4030-R10B



Pantone GOE 23-3-1 U  
Pantone PMS 495

CMYK: 2 36 11 0  
RGB: 222 150 147  
#DE9693

RAL: 010 70 25  
NCS: S 1040-R10B



Pantone GOE 32-2-1 U  
Pantone PMS 7429

CMYK: 1 20 4 0  
RGB: 240 196 193  
#F0C4C1

RAL: 350 80 15  
NCS: S 1020-R10B

## infrastructuur en milieu

Mobiliteit, verkeer, veiligheid, architectuur, openbare ruimte, markten, landschapsarchitectuur, afvalverwerking, toezicht, parken, natuur, ...



Pantone GOE 13-5-6 U  
Pantone PMS 1545

CMYK: 18 53 92 35  
RGB: 78 28 0  
#4E1C00

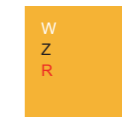
RAL: 060 30 27  
NCS: S 6020-Y40R



Pantone GOE 10-1-7 U  
Pantone PMS 153

CMYK: 5 52 97 14  
RGB: 158 95 27  
#9E5F1B

RAL: 050 50 40  
NCS: S 4050-Y40R



Pantone GOE 8-1-5 U  
Pantone PMS 143

CMYK: 0 36 81 0  
RGB: 234 141 49  
#EA8D31

RAL: 060 70 70  
NCS: S 1060-Y40R



Pantone GOE 12-1-2 U  
Pantone PMS 1345

CMYK: 0 14 43 0  
RGB: 239 192 151  
#EFC097

RAL: 060 80 40  
NCS: S 0530-Y30R

## KLEURGEBRUIK

Bij het maken van combinaties is het belangrijk om binnen het kleurenspectrum van het betreffende domein te blijven. Daarbij raden we aan om kleuren te kiezen die niet opvolgend zijn, maar minimaal één gradatie overslaan. In het overzicht op de vorige pagina staat aangegeven op welke kleurtint wit, zwart of rood (W, Z, R) geplaatst mag worden.

## WAT NIET MAG

Hieronder een aantal voorbeelden van wat niet is toegestaan.

- Geen zwarte tekst/illustratie/kleurvlak/logo op de donkerste tinten plaatsen, of andersom;
- Geen witte tekst/illustratie/kleurvlak/logo op de lichtste tinten, of andersom;
- Geen rode tekst/illustratie/kleurvlak/logo op de helderste tinten plaatsen, of andersom;
- Kleuren mogen niet gecombineerd worden met kleuren van andere domeinen;
- Kleuren (tinten) niet mixen (d.m.v. bijvoorbeeld transparantie).

## INFORMEREN OF WERVEN?

Een algemene regel die we hebben vastgesteld is dat voor informerende communicatie uitingen minder kleur wordt toegepast, en voor wervende communicatie uitingen meer kleur wordt toegepast. Onderstaand een schematisch voorbeeld.



informeren,  
meer wit



werven,  
meer kleur



## TYPOGRAFIE DRUKWERK

### Eindhoven Type

De typografie van het merk is onlosmakelijk en integraal onderdeel van het logo. Enerzijds om de uniciteit van het beeldmerk te onderstrepen maar anderzijds vooral omdat de Eindhoven letter juist de voortdurende transformatie en evolutie van de stad onderstreept. Zoals de stad zelf, lijkt de letter niet 'af'. Een letter die ruimte biedt. Ruimte voor initiatief en groei. Dat kan alleen de Eindhoven Type zijn. En die past ook maar bij één stad.

De Eindhoven Type wordt met name gebruikt voor kopteksten. En zal dus in geen enkel geval worden ingezet voor leesteksten.

Eindhoven Type features (ligaturen):

#-> > →	#\> > ↘
#-< < ←	#\< < ↙
# A > ↑	#~E > ⚡
# V > ↓	#__ > ...
#/> > ↗	IJ > U
#/< < ↖	O > Ø

### Nitti Eindhoven

De letter Eindhoven staat voor het unieke van de stad. Een letter letterlijk bedoeld voor kop en staart. De Nitti Eindhoven is gekozen voor de broodtekst. Een heldere, leesbare letter.

# EINDHOVEN

**THE QUICK BROWN FOX  
JUMPS OVER THE LAZY DOG  
1234567890!?.**

NITTI EINDHOVEN - LIGHT, NORMAL, BOLD

THE QUICK BROWN FOX JUMPS OVER THE LAZY DOG  
the quick brown fox jumps over the lazy dog  
1234567890!?.

THE QUICK BROWN FOX JUMPS OVER THE LAZY DOG  
the quick brown fox jumps over the lazy dog  
123456789!?.

**THE QUICK BROWN FOX JUMPS OVER THE LAZY DOG  
the quick brown fox jumps over the lazy dog  
123456789!?.**

## TYPOGRAFIE OVERIG

### Arial

De letter voor alle 'niet gezette' tekst. Tekst die rechtstreeks in templates wordt geplaatst. Die moet passen bij de bestaande systemen. De Arial was en is in deze de meest economische en logische keuze.

THE QUICK BROWN FOX JUMPS OVER THE LAZY DOG  
the quick brown fox jumps over the lazy dog  
1234567890!?.

*THE QUICK BROWN FOX JUMPS OVER THE LAZY DOG*  
*the quick brown fox jumps over the lazy dog*  
*123456789!?.*

**THE QUICK BROWN FOX JUMPS OVER THE LAZY DOG**  
**the quick brown fox jumps over the lazy dog**  
**123456789!?.**

## BASIS REGELS TYPOGRAFIE

### Zetbreedte/regellengte

De breedte van een tekstblok of kolom dient afgestemd te worden met het aantal tekens of woorden per regel. Als richtlijn kan hiervoor het volgende worden aangehouden: +/- 85 tekens (inclusief spaties en leestekens) of +/- 12 woorden per regel. Een eventuele oplossing is het verdelen van de tekst over twee kolommen. Binnen deze kolommen gelden dezelfde regels voor de zetbreedte/regellengte.

### Uitlijnen

Alle teksten binnen de identiteit van Eindhoven dienen links uitgelijnd te worden.

### Kapitaal/onderkast

Leesteksten worden over het algemeen altijd in onderkast letters geplaatst. Koppen of subkoppen mogen daarentegen wel in kapitalen worden geplaatst.

### Interpunctie bij kopzinnen/headings

Leestekens (interpunctie) en koppen in of boven een tekst gaan van nature niet goed samen. In principe gebruiken we dus geen interpunctie in die koppen. Behalve als de koppen zonder interpunctie onduidelijk, moeilijk leesbaar of storend multi-interpretabel zijn.

### Algemene schrijfwijzes

Url's worden zonder 'www' geschreven:  
[www.eindhoven.nl](http://www.eindhoven.nl) > [eindhoven.nl](http://eindhoven.nl)

Telefoonnummers worden helder opgedeeld door spaties:

0123 - 4567 > 0123 - 4567

+31 (0)12 345 67 89 > +31 (0)12 345 67 89

## VOORBEELD ZETSEL 01 (schaal 1:10)

**NIET  
PARKEREN  
WIJ GAAN  
VEGEN**

KOP  
Eindhoven Type  
corps: 40 pt  
regelafstand:  
(corps x 1,05\*) 42 pt

\*Let op! Deze formule dient altijd aangehouden te worden bij het zetten van de Eindhoven Type.

LIGATUUR/FEATURE  
Eindhoven Type  
Let op! Dit moet handmatig ingevoerd worden.

**maandag:** even huisnummers  
**dinsdag:** oneven huisnummers

SUBKOP  
Nitti Eindhoven  
Bold/Normal  
corps: 11 pt  
regelafstand: 13,2 pt  
(corps x 1,20\*)

## VOORBEELD ZETSEL 02

Verbeterde doorstroming tijdens ochtend- en avondspits

## Groene golf op Boschdijk

**De Boschdijk tussen de Rijnstraat, Spaaihoefweg en Steenoven heeft sinds vorige week een groene golf. Voor de zomervakantie zijn de drie verkeersregelinstanties vervangen en nu de vakanties allemaal voorbij zijn, is de groene golf aangezet.**

Hierdoor verbetert de doorstroming op de Boschdijk aanzienlijk. Net als op de Ring geven borden langs de weg aan dat de groene golf actief is en hoe snel automobilisten moeten rijden om de drie verkeerslichten zonder stop te kunnen halen.

### Spits

In eerste instantie staat de groene golf alleen in de ochtend- en avondspits aan. Verkeersborden moeten duidelijk maken of het overdag druk genoeg is om ook in de dalperiode de groene golf aan te zetten. Het project is mede tot stand gekomen door subsidie van het Samenwerkingsverband Regio Eindhoven (SRE).

→ [eindhoven.nl/groenegolf](http://eindhoven.nl/groenegolf)

SUBKOP  
Nitti Eindhoven  
Normal  
corps: 12 pt  
regelafstand: 14,4 pt

KOP  
Nitti Eindhoven  
Medium  
corps: 26 pt  
regelafstand: 28 pt  
spatiëring: -10

INLEIDING  
Nitti Eindhoven  
Bold  
corps: 10 pt  
regelafstand: 12 pt

TUSSENKOP  
Nitti Eindhoven  
Bold  
corps: 10 pt  
regelafstand: 12 pt

PLATTE TEKST  
Nitti Eindhoven  
Normal  
corps: 10 pt  
regelafstand: 12 pt

## VOORBEELD ZETSEL 03

# Bevrijdingsviering 18 september

KOP  
Nitti Eindhoven  
Bold  
corps: 26 pt  
regelafstand: 31,2 pt

Zoals elk jaar wordt op 18 september de bevrijding van Eindhoven gevierd. Dit gebeurt onder meer met het traditionele defilé op het Stadhuisplein en het ontsteken van het bevrijdingsvuur. Ook start de jaarlijkse Lichtjesroute.

PLATTE TEKST  
Nitti Eindhoven  
Normal  
corps: 10 pt  
regelafstand: 12 pt

Een uitgebreid overzicht van alle activiteiten vindt u op: [stichting18september.nl](http://stichting18september.nl).

ACCENT  
Nitti Eindhoven  
Medium (+1 gewicht)  
corps: 10 pt  
regelafstand: 12 pt

## VOORBEELD ZETSEL 04

# Actieplan Jeugd en Veiligheid 2012

SUBKOP  
Nitti Eindhoven  
Light  
corps: 32 pt  
regelafstand: 38,4 pt

**Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur 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, pellentesque eu, pretium quis, sem. Nulla consequat massa quis enim. Donec pede justo, fringilla vel, aliquet nec, vulputate laoreet. Quisque rutrum. Aenean imperdiet. Etiam ultricies nisi vel augue. Curabitur ullamcorper ultricies nisi. Nam eget dui.**

KOP  
Nitti Eindhoven  
Bold  
corps: 32 pt  
regelafstand: 38,4 pt

INLEIDING  
Nitti Eindhoven  
Bold  
corps: 11 pt  
regelafstand: 14,4 pt

## Vier Beleidsthema's

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. mus. Donec quam felis, eu, pretium quis, sem. Nulla consequat massa quis enim...

TUSSENKOP  
Nitti Eindhoven  
Bold  
corps: 11pt  
regelafstand: 14,4pt

PLATTE TEKST  
Nitti Eindhoven  
Normal  
corps: 11pt  
regelafstand: 14,pt

Voetnoot of beeld caption, dit kan afhankelijk van de lengte variëren in breedte of hoogte.

BIJSCHRIFT/VOETNOOT  
Nitti Eindhoven  
Light  
corps: 8pt  
regelafstand: 9,6pt

## TONE OF VOICE/ TAAL VAN HET HUIS

Denken en doen. Verbeelden en maken. Brabants en werelds. De stad heeft weliswaar vele gezichten maar één duidelijke stem. Eén toon. Een toon als het beeldmerk zelf. Scherp, duidelijk, doelgericht en vooral functioneel. Dus Nederlands en Engels. Afwisselend in korte en lange zinnen. Woorden die niet mis te verstaan zijn. Die kleur geven aan de ambitie van de stad. Met de onmiskenbare logica van de beta en de fantasie van de alpha. Waarbij, gezien de ambitie en positie van de stad, dialect uit den boze is (uitzondering: carnaval).

Voor een uitgebreidere richtlijn betreffende heldere tekst verwijzen we graag naar mevrouw Chrisla Willems van de afdeling Heldere Taal binnen de gemeente.

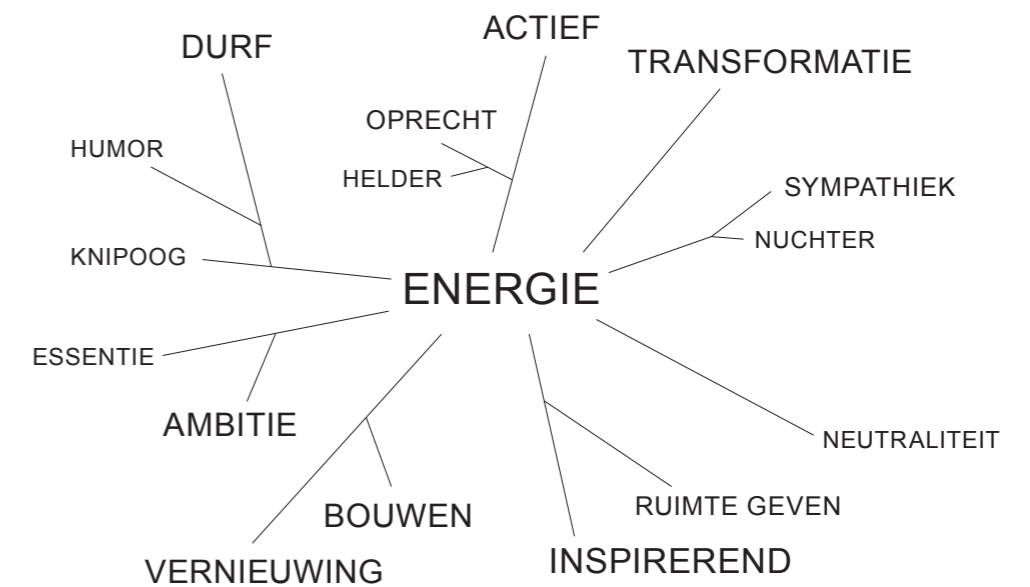
### 'U' of 'jij'

Het liefst spreken we doelgroepen op niveau aan. Dat geldt ook voor tutoyeren en voutsvoyeren. Regel 1 is dat we bij twijfel kiezen voor 'u'. Dat is bijvoorbeeld het geval bij één boodschap naar meerdere doelgroepen. Alle officiële berichten en brieven namens de gemeente worden ook in de 'u-vorm' opgesteld. Alleen als we zeker weten wie de ontvanger(s) zijn, liefst vaker contact hebben (gehad) en het onderwerp er zich voor leent, kan namens de gemeente de jij-vorm worden gekozen. Voor communicatie rond het merk Eindhoven gelden dezelfde regels maar gezien de aard van de afzender en de inhoud van de boodschappen wordt rondom het merk vaker de jij-vorm gekozen.

### Nederlands / Engels

De gemeente Eindhoven praat Nederlands. Algemeen beschaafd Nederlands. Het merk en de stad ook. Maar vooral het merk zoekt termen die universeel zijn. Die in meerdere talen min of meer hetzelfde klinken, er uit zien en betekenen. Omdat het merk en de stad ook met het buitenland en buitenlanders praten is de tweede taal Engels. Meer in het bijzonder USA - Engels. De wereldtaal.

**EEN STAD  
MET EEN  
EIGEN STEM**



**GOED DAT  
JE ER BENT**

**GOED DAT  
JE ER WAS**

**NU EVEN AAN  
HET WERK,  
IN DECEMBER  
ZIJN WE KLAAR**

**NIET PARKEREN  
WJ GAAN VEGEN**



**WELKOM  
IN EINDHOVEN**

**TOT ZIENS**

**HERINRICHTING  
ANTOON COOLENLAAN**

**LET OP:  
NIET PARKEREN!  
UW STRAAT  
WORDT GEVEEGD**

## HOOFDPUNTEN VAN DE TAAL VAN HET HUIS

- Schrijf één boodschap per zin
  - Zet de kern van de zin vooraan
  - Schrijf actief: hulpwerkwoorden helpen niet
  - Maak gebruik van opsommingen
  - Geen afkortingen/jargon
  - Ouderwetse taal is taboe!  
schrijf (zakelijke) spreektaal, gebruik eigentijdse alternatieven:
    - ten behoeve van... >> voor
    - aangezien... >> omdat
    - conform... >> volgens
    - omtrent... >> over
  - Schrijf je/u-gericht:
    - wij sturen... je/u ontvangt
    - wij adviseren... je/u kunt
    - wij gaan akkoord... je/u mag
- Zoveel mogelijk schrijven voor de doelgroep.  
Zijn het jongeren? Dan "je".  
Zijn het ouderen? Dan "u".  
Schrijf je voor "de stad"? Dan schrijven we "je".
- Schrijf positief, niet wat niet mag, maar wat wél mag/moet:
    - Zet je fiets op slot.
    - Laat je hond niet loslopen of lijk je hond aan.

## ZIE EN VOEL HET VERSCHIL!

## NIET

"Bij gebruikmaking van deze rijwielstalling dient u de in de stalling aangegeven instructies en die van de stallingmedewerker op te volgen"

## WEL

"Tijdens de openingstijden kun je gebruik maken van onze fietsenstalling. We vragen je je aan een aantal regels te houden"

## NIET

"Gebruikers dienen hun fiets op een ordelijke wijze in de daarvoor bestemde fietsenrekken te plaatsen dan wel op de daarvoor aangewezen stallingplaatsen en binnen de daartoe aangebrachte markeringen"

## WEL

"Plaats je fiets in een fietsenrek of zet hem op een aangegeven plek"

## NIET

"Gebruikers van deze fietsenstalling zijn zelf verantwoordelijk voor het op slot zetten van hun rijwiel"

## WEL

"Zet je fiets op slot"



## 4. FOTOGRAFIE

### **De nieuwe beeldtaal krijgt langzaam vorm**

Het aloude gezegde 'één beeld zegt meer dan duizend woorden' werkt nog steeds en heeft aan zeggingskracht gewonnen in de digitale tijd waarin we nu leven waarin we meer dan ooit met beeld communiceren.

Diversiteit is een grote kracht van Eindhoven, deze kracht willen we gebruiken voor de beelden. Eindhoven een dynamische stad waar mensen energie delen. Beweging, dynamiek en energie proberen vast te leggen in het decor van de stad.

### **Het doel**

is om datgene waar Eindhoven voor staat om te zetten in een eigen beeldtaal. De nieuwe beeldtaal gaat over mensen en hun verhalen. In natuurlijke vorm niet geposeerd tenzij het 'natuurlijk' overkomt. Beelden die raken, verwondering en bewondering oproepen, intrigeren, aanspreken. Kwaliteit in originaliteit, oorspronkelijkheid en herkenbaarheid.

Elke fotograaf (in spé) heeft wel een focusgebied waarin hij/zij uitblinkt of vindt dat zijn/haar sterke kanten liggen; op deze diversiteit willen we inzetten.

Fotograferen van de stad is een 'state of mind'.

Het is een manier van denken en kijken.

24 uur per dag, 7 dagen in de week, de opdracht in het hoofd.

Eigenlijk altijd en overal. Een soort van 'drive by shootings'.

Vanuit de bus, vanaf de fiets, vanuit de taxi, vanaf dak van appartement, naar school lopend, een biertje gaan drinken in de stad, boodschappen doen, in de schoolkantine zitten, naar bed gaan. Herkenbaar Eindhoven!

Dat is de uitdaging...

## WAAR STAAT EINDHOVEN VOOR?

Eindhoven barst van de energie. Het is een stad van denken en doen. Verbeelden en maken. Brabants en werelds.

Deze mentaliteit en innovatieve historie hebben Eindhoven een wereldwijde topositie opgeleverd in technologie, design en kennis. Door samenwerking is Eindhoven in staat de wereld te inspireren en te transformeren. Er is ruimte om te groeien. Voor mensen, ideeën en initiatieven. Wie die energie voelt, is bijzonder welkom.

We are making the future, be part of it.

### Positionering

'Wereldorp van formaat' is een kernachtige verwoording van Eindhoven. Eindhoven is sterk internationaal georiënteerd en positioneert zich ook als zodanig.

### Betekenisgeving

Dit zijn een aantal handvatten om te kunnen gebruiken.

Slogans:

- we are futureproof
- Innovation as a way of life
- We create the future, be part of it
- Living lab

Gebezigde termen:

Energie, beweging, samen, ruimte, groei, levendig, actief, transformatie, denkkraft.

Afgeleide termen:

Samenwerking, creativiteit, innovatie, inspireren, initiatieven, ideeën, broeden, gloeien, stimuleren, origineel, oorspronkelijk.

Vertaling naar beeld:

Verwondering, verhalend, diversiteit, fascinatie, levendig, experimenteren, versmelten, voordeden, combineren, proeven, grenzeloos, nieuwsgierig, bedenken, onderzoeken, broeden, zaaien, uitproberen, ontdekken, wereldorp, talent, trots, betrokken, herkenbaar Eindhoven, rauw.

Niet doen:

- Een 'uurtje' op pad gaan om een thema te fotograferen.  
Dit is te vaak gedaan en heeft tot nu toe niet echt iets opgeleverd.
- Alleen architectuur/gebouwen of natuur fotograferen
- Poserende mensen
- Alleen details fotograferen

### Doelgroep

Elke inwoner van de stad en ver daar buiten.

De doelgroepen van de gemeente Eindhoven zijn divers en niet te vangen in één specifieke groep. Daarom zijn er verschillende thema's benoemd die elk hun eigen gevoel en beeldtaal kunnen uitdragen:

- cultuur vrije tijd en sport
- welzijn en gezondheid
- arbeid en economie
- infrastructuur en milieu
- kennis en onderwijs

### Thema's

Elk thema heeft zijn kern waar we in eerste instantie op focussen.

Cultuur, Vrije tijd en Sport

Cultuur: urban, media, technologie & kunst, design expo's

Vrije tijd: natuur (groene stad), recreatie, shopping, cafes, hotels, uitgaansleven

Sport: urban sports, fieldlab, evenementen, games, clinics

Arbeid en Economie

Arbeid: kenniswerkers, expats, samenwerking

Economie: hightech campus, asml, producten van regionale bedrijven, Strijp-S

Kennis en Onderwijs

Kennis: TU/e, High Tech Campus, Holst, TNO

Onderwijs: TU/e, Fontys, Design Academy

Welzijn en Gezondheid

Welzijn: WIJeindhoven, communities

Gezondheid: preventie, health technology

Infrastructuur en milieu

Infrastructuur: Airport, Spoorzone, Openbare Ruimte: wonen, licht, veiligheid, speelplekken, Brainport Avenue

Milieu: BrainPark, slowlane (Oirschotsedijk), groene stad

## RANDVOORWAARDEN

### Kwaliteit:

Drukkwaliteit 300dpi

Minimaal bestandsformaat: mb (geen interpolatie!)

### Aanlevering:

Onbewerkt en bewerkt

Zowel HiRes (300 dpi) als LowRes (72) met HiRes bedoelen

we een psd of vergelijkbaar bestandsformaat

### Formaat:

Portrait: 1:1, 2:1

Landscape: 1:1, 16:9 en 21:9, 3:1

### Benaming:

Onderwerp – datum – fotograaf (initialen)

Keywords:

Soort foto, van toepassing zijnde trefwoorden.

### GPS

Locatiegegevens zijn onderdeel.

### Portretrecht:

Indien van toepassing moet dit geregeld zijn door de fotograaf.

### Rechten:

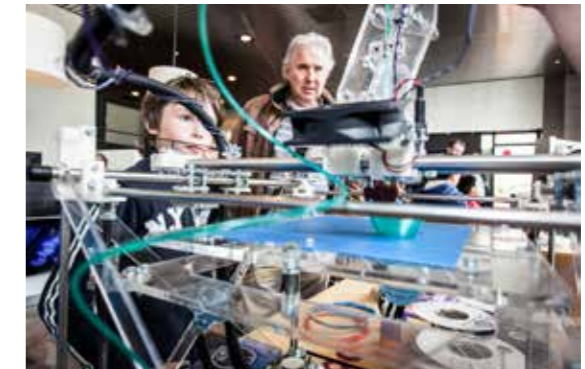
Rechtenvrij (voor alle media toepassingen).

### Exclusiviteit:

Exclusief gebruik voor de stad en gemeente Eindhoven.

Uitgesloten is commercieel gebruik.

Naamsvermelding bij plaatsing door gemeente Eindhoven.





## BESTEMMINGSPLANNEN, HOE KOMT ZO'N PLAN TOT STAND?



# 5. INFOGRAPHICS ILLUSTRATIES EN ICONEN

**De nieuwe beeldtaal krijgt ook vorm in iconen, illustraties en infographics**

Het aloude gezegde 'één beeld zegt meer dan duizend woorden' werkt nog steeds en heeft aan zeggingskracht gewonnen in de digitale tijd waarin we nu leven waarin we meer dan ooit met beeld communiceren.

Diversiteit is een grote kracht van Eindhoven, deze kracht willen we gebruiken voor de beelden. Eindhoven een dynamische stad waar mensen energie delen. Beweging, dynamiek en energie proberen vast te leggen in het decor van de stad.

### Het doel

is om datgene waar Eindhoven voor staat om te zetten in een eigen beeldtaal. De nieuwe beeldtaal gaat over mensen en hun verhalen. In natuurlijke vorm niet geposeerd tenzij het 'natuurlijk' overkomt. Beelden die raken, verwondering en bewondering oproepen, intrigeren, aanspreken. Kwaliteit in originaliteit, oorspronkelijkheid en herkenbaarheid.

Elke fotograaf (in spé) heeft wel een focusgebied waarin hij/zij uitblinkt of vindt dat zijn/haar sterke kanten liggen; op deze diversiteit willen we inzetten.

Fotograferen van de stad is een 'state of mind'.

Het is een manier van denken en kijken.

24 uur per dag, 7 dagen in de week, de opdracht in het hoofd.

Eigenlijk altijd en overal. Een soort van 'drive by shootings'.

Vanuit de bus, vanaf de fiets, vanuit de taxi, vanaf dak van appartement, naar school lopend, een biertje gaan drinken in de stad, boodschappen doen, in de schoolkantine zitten, naar bed gaan. Herkenbaar Eindhoven!

Dat is de uitdaging...

**Wanneer gebruik je infographics**

Elke fotograaf (in spé) heeft wel een focusgebied waarin hij/zij uitblinkt of vindt dat zijn/haar sterke kanten liggen; op deze diversiteit willen we inzetten.

**Wanneer gebruik je illustraties**

Elke fotograaf (in spé) heeft wel een focusgebied waarin hij/zij uitblinkt of vindt dat zijn/haar sterke kanten liggen; op deze diversiteit willen we inzetten.

**Wanneer gebruik je iconen**

Elke fotograaf (in spé) heeft wel een focusgebied waarin hij/zij uitblinkt of vindt dat zijn/haar sterke kanten liggen; op deze diversiteit willen we inzetten.

**Dit zijn een aantal handvatten om te kunnen gebruiken.**

- Strakke moderne uitstraling
- Niet te gedetailleerd
- Alleen toepassen wanneer het ook echt iets toevoegt
- Zelfde poppetjes/iconen gebruiken die andere afdelingen ook gebruiken zo is uitleg steeds minder nodig
- Taartdiagrammen, grafieken en tabellen toepassen

**Niet doen**

- Even snel een tekeningetje maken met de hand.  
Dit wordt vaak gedaan en leidt tot onduidelijkheid.
- Cartoonstijl gebruiken
- Zelf maken in Word

**RANDVOORWAARDEN****Kwaliteit:**

Drukkwaliteit 300dpi

Minimaal bestandsformaat: mb (geen interpolatie!)

**Aanlevering:**

Onbewerkt en bewerkt

Zowel HiRes (300 dpi) als LowRes (72) met HiRes bedoelen we een psd of vergelijkbaar bestandsformaat

**Formaat:**

Portrait: 1:1, 2:1

Landscape: 1:1, 16:9 en 21:9, 3:1

**Benaming:**

Onderwerp – datum – fotograaf (initialen)

**Keywords:**

Soort foto, van toepassing zijnde trefwoorden.

**GPS**

Locatiegegevens zijn onderdeel.

**Portretrecht:**

Indien van toepassing moet dit geregeld zijn door de fotograaf.

**Rechten:**

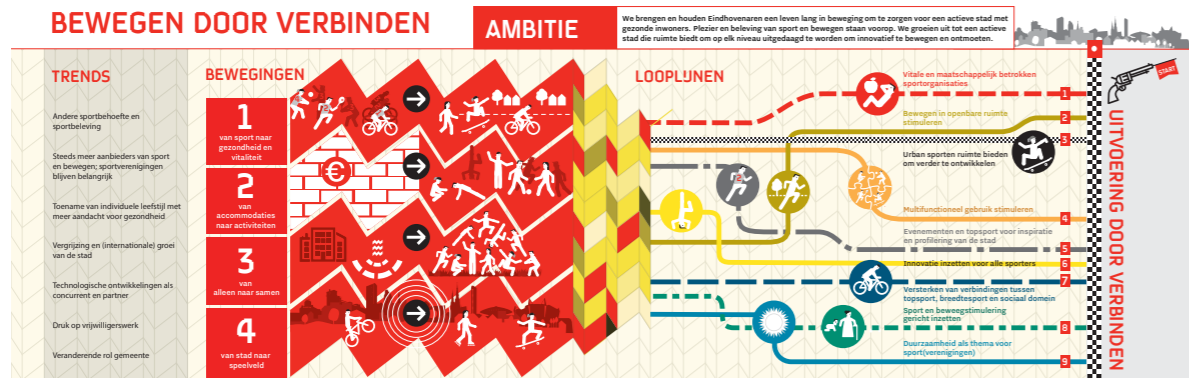
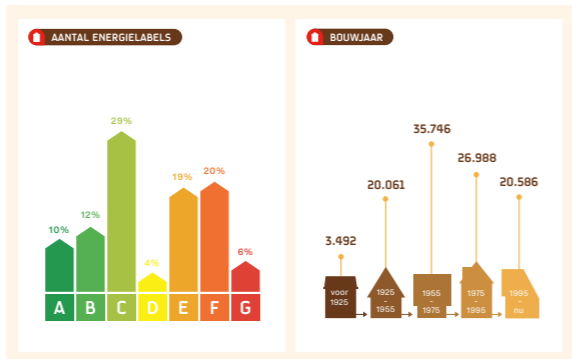
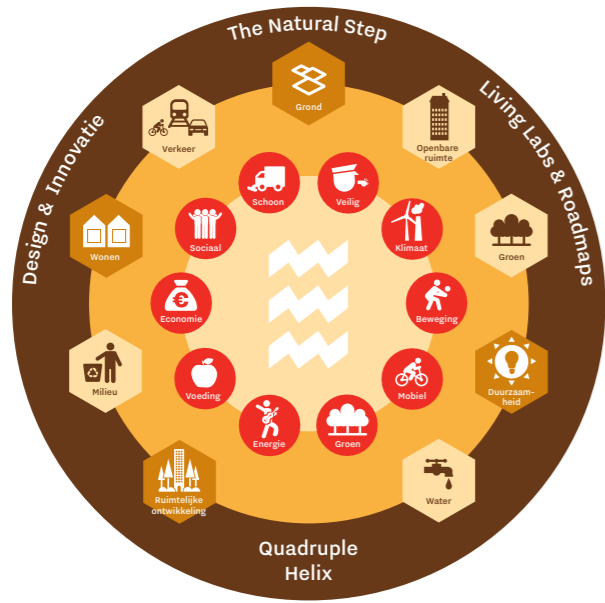
Rechtenvrij (voor alle media toepassingen).

**Exclusiviteit:**

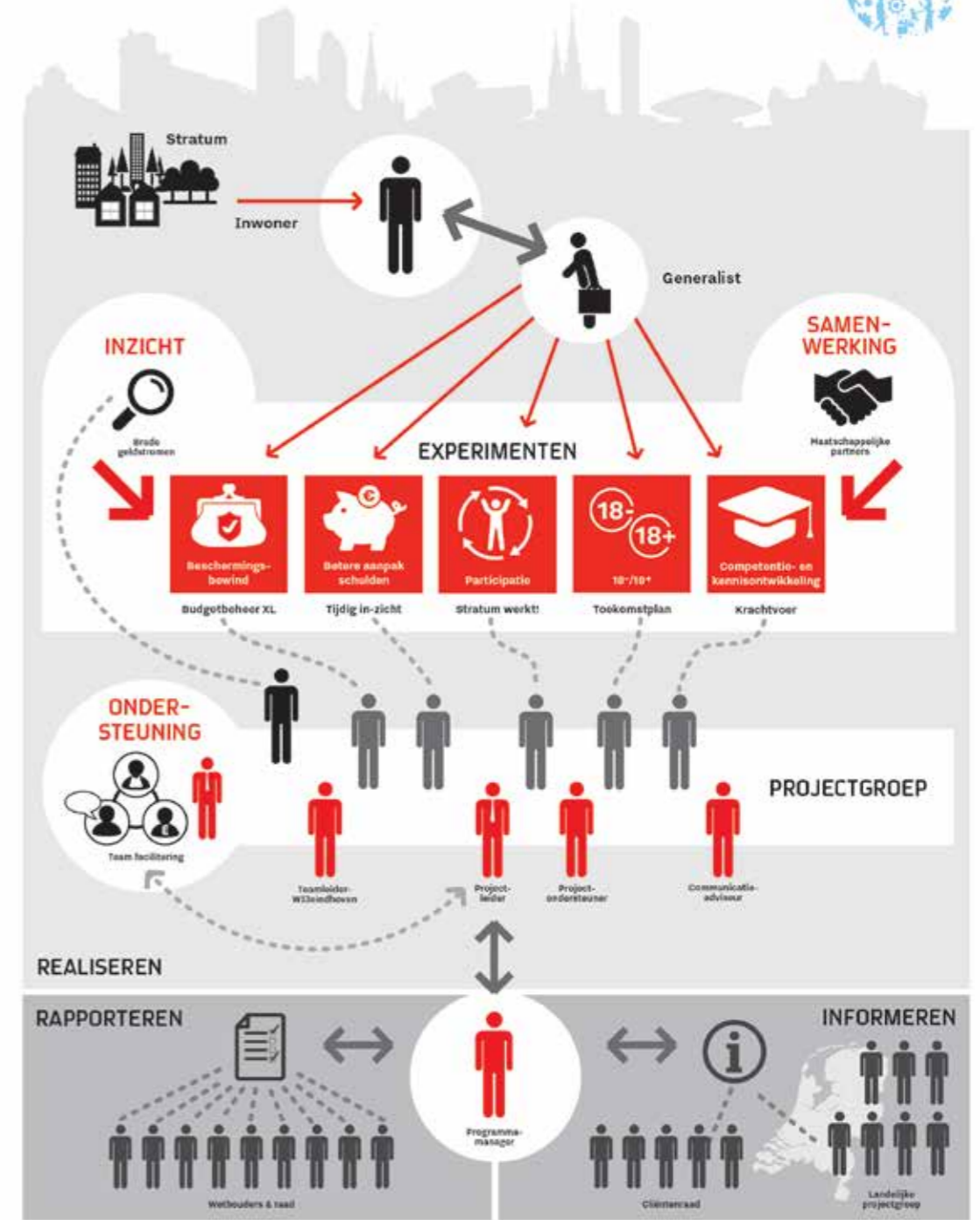
Exclusief gebruik voor de stad en gemeente Eindhoven.

Uitgesloten is commercieel gebruik.

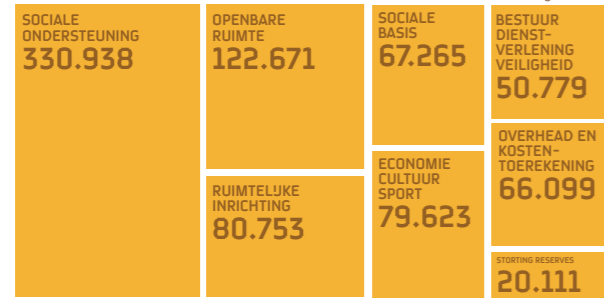
Naamsvermelding bij plaatsing door gemeente Eindhoven.



# LEERTUIN INCLUSIEVE WJK



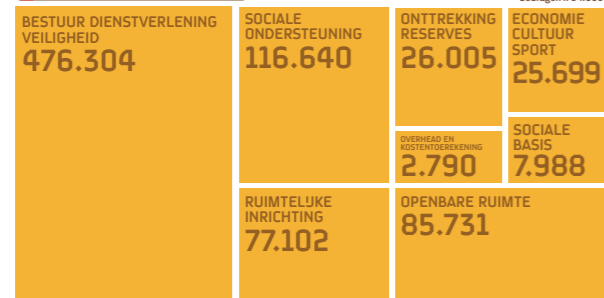
TOTAALBEGROTING LASTEN



APPARAATSKOSTEN



TOTAALBEGROTING BATEN



WOZ WAARDE

2016 - De gemiddelde WOZ waarde van woningen in duizend euro



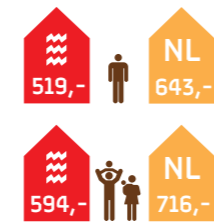
DEMOGRAFISCHE DRUK

2016 - De som van het aantal personen van 0-15 jaar en 65 jaar of ouder, in verhouding tot de personen van 15-65 jaar



WOONLASTEN

2016 - Bedrag in euro's per jaar dat een huisouden betaalt aan woonlasten



NIEUW GEBOUWDE WONINGEN

2013 - Het aantal nieuwbouwwoningen, per 1.000 woningen



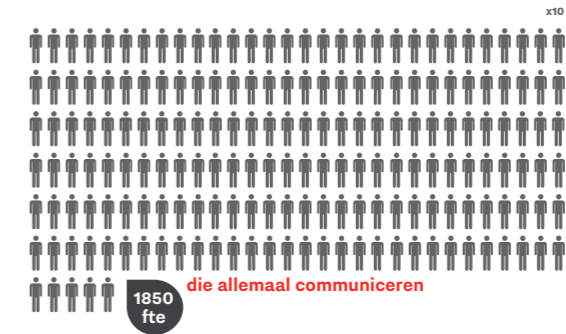
Dichtbij



Durf



Doen



- Speerpunt 1a) Fietsparkeeren: capaciteit
- Fietsparkeeren: service
- Barrière binnering
- VRI's: wachttijden
- VRI's worden rotonde
- kruisingen met ring
- snelfietsroutes & Voorzieningen
- antoren & Voorzieningen





## 5. LAY-OUT

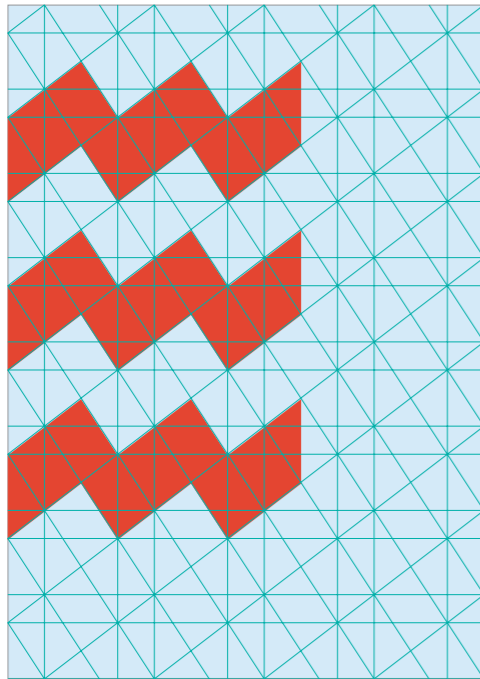
## GRID/STRAMIEN

Het grid van het logo is ook gebruikt voor de ontwikkeling van het stramien voor diverse uitingen. Hiervoor is het grid vereenvoudigd, de diagonale lijnen zijn verdwenen. Zo is er een grid ontstaan van liggende rechthoeken.

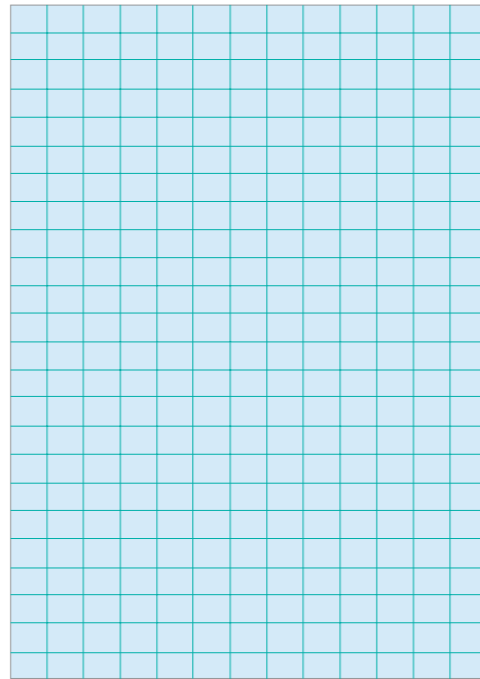
### Schalen

Dit grid wordt geschaald met het gewenste formaat, van linksboven tot rechtsboven. Het grid loopt af aan de onderzijde. Minimaal schalen tot A6, daarna af laten lopen. Bij extreme formaten wordt het grid herhaald.

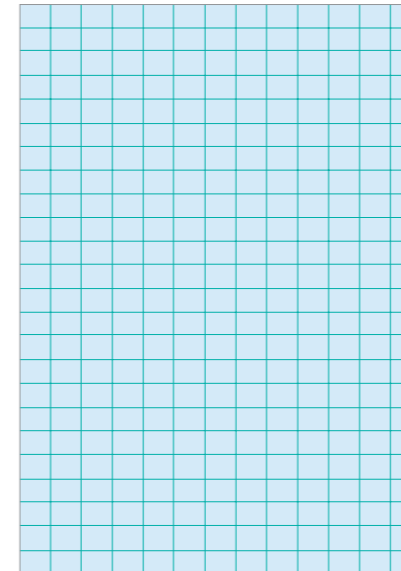
ORIGINEEL



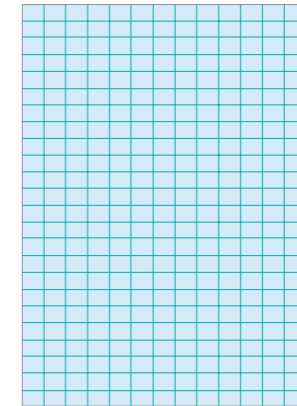
VEREENVOUDIGD



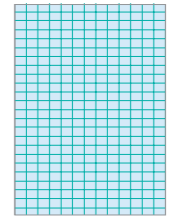
A3



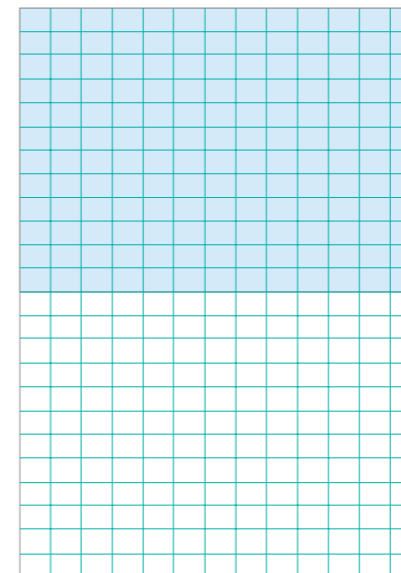
A4 BASIS GRID



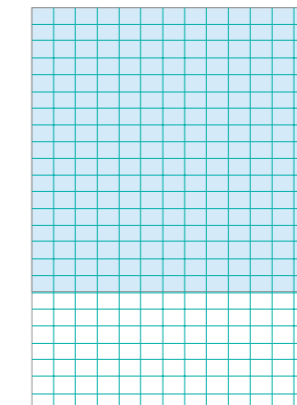
A6



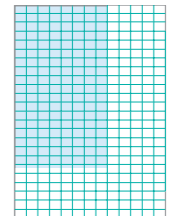
A4 LIGGEND



VIERKANT



MINI



## PLAATSING LOGO IN GRID (SIGNEREN)

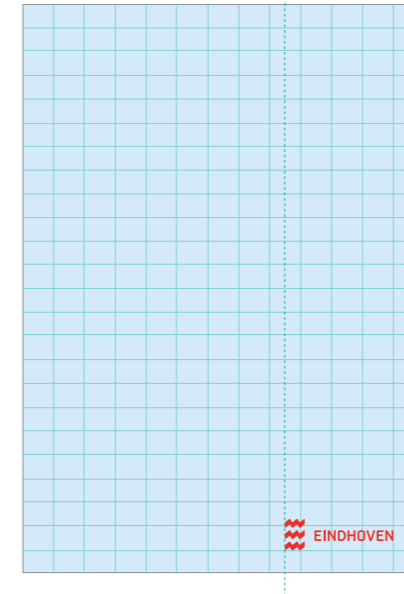
Wanneer het logo op een communicatie uiting wordt geplaatst moet er eerst goed nagedacht worden of het logo (de afzender) een signerende of een wervende functie moet hebben. De gemeente zal in veel gevallen het logo gebruiken als signatuur; klein geplaatst.

Op de pagina hiernaast zijn richtlijnen opgesteld voor het schalen en plaatsen van het logo op een A-formaat binnen het grid, als signatuur.

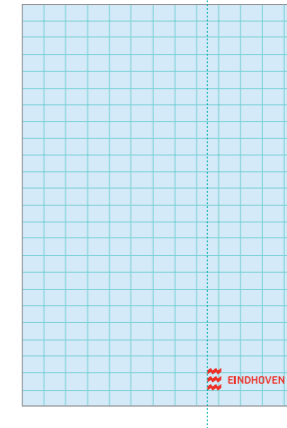
De manier van schalen

is hierin erg belangrijk, plaatsing is vrij in te passen in de lay-out.

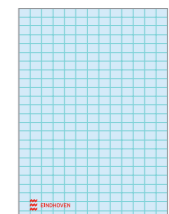
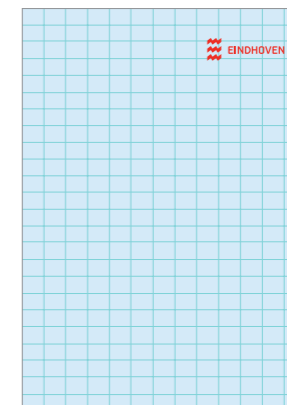
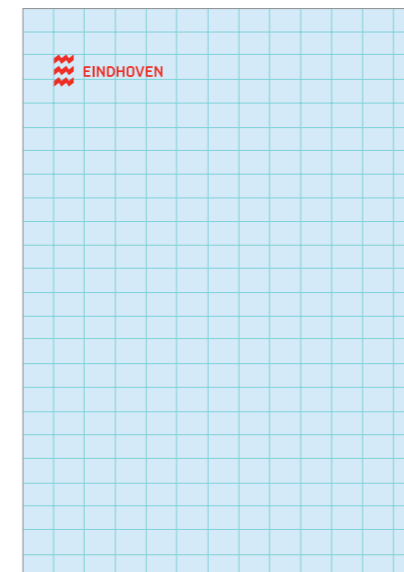
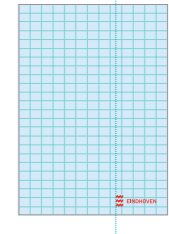
A3



A4 BASIS GRID



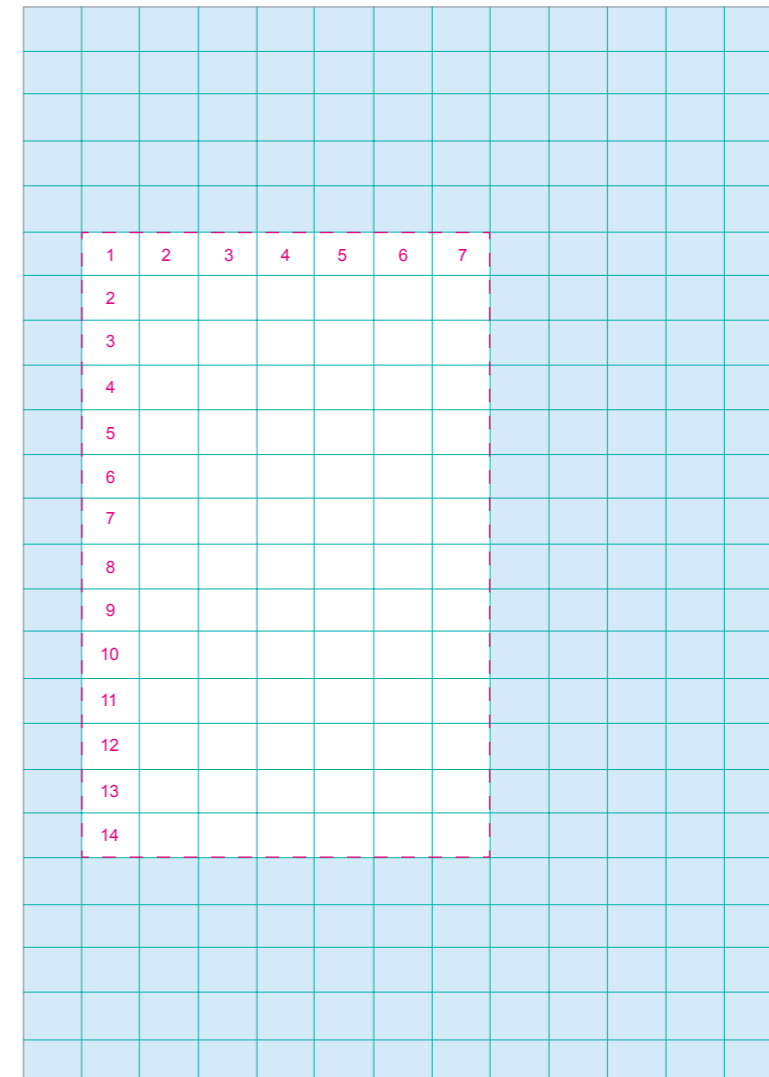
A6



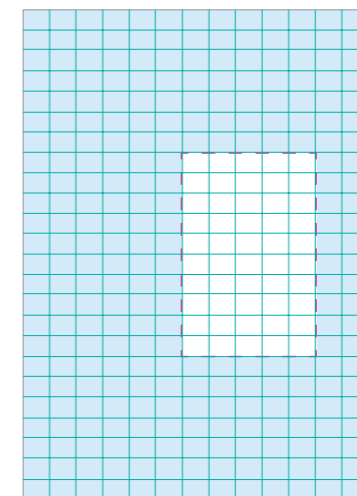
## STIJLELEMENT: E-FORMAAT

Uit het grid ontstaat ook een E (Eindhoven) formaat. Dit witte kader is een stijlelement waarmee gespeeld kan worden binnen de lay-out. De verhouding is 1:2. Eén rechthoek lange zijde staat tot twee rechthoeken korte zijde en andersom.

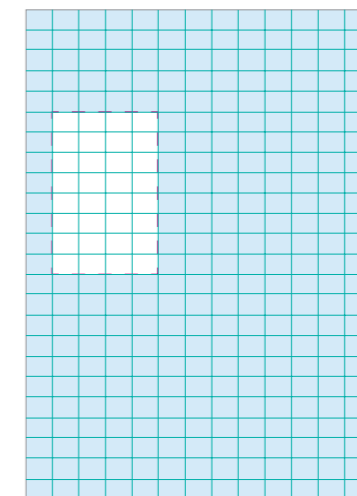
7:14



5:10



4:8



## TYPOGRAFIE BINNEN E-FORMAAT

De typografie wordt binnen E-formaat altijd op dezelfde manier geplaatst. De kantlijn is te berekenen via de richtlijnen op de pagina hiernaast. Het is belangrijk dat de kantlijn aan de bovenzijde altijd ruimer is dan de kantlijn aan de linker zijde. Dit is een kenmerkend stijlelement binnen de identiteit.

De tekst binnen dit witte vlak mag nooit het gehele vlak vullen. Als richtlijn is het voldoende altijd 1/3 van het vlak vrij te houden van tekst.





## 6. INFORMATIEVE TOEPASSINGEN



Communicatie  
De heer D. de Geus  
Stadskantoor  
5600 RB Eindhoven

gemeente Eindhoven  
Behandeld door mw. C.J.M. van der  
Linden-Ros  
Telefoon (040) 238 21 94  
Uw brief van 3 juni 2014  
Uw kenmerk  
Ons kenmerk  
4 juni 2014

### Conceptbrief

### Archiefexemplaar

Betreft: test

Beste Piet,

Tin pedis escipsus volupta turibusam vero et demperenihil incti officii cum, utem et fuga. Nam sitaspis magnam quam restrum repudi unt, sum iliquo tem haruptia ipsus. Sam ium alici officii de dolupta temolest res nisserferum eicidis earum alis ut as ulparibus molupta tquates et ut idunt aut expliatas deles et quiae deliqui ide nusa sitas commis doluptin conseque velenem. Num asperiaerore rectio ilignihii ipsa quo dolorpores aut.

- Apero eossit explit velitem aut earum dis sin nosandi ssequat iuscia eum
- Met et utescid elenectem commolu ptatis velecup tatemquas
- Cae earum facerspel im et mo et quiam qui arcuis

Ferumetur? Vide perrunt ipsae est, alitatia nos ditis ma et aut perferis quates que volorrovid quo cullic tem dit, cupstur atus prenda de simpora cus audit aut doluptatus entis santem quas et, tem ressequi sit qui consed molorro exerum fuga. Pis minum andempo rumqui con pa cum hic torum saperunt ommolor epudam est, cor ratatus.

Tur aut pel mi, quia delles esecupt aerferi busciatqui di optatec aerferf eritassitae paruptiae nis consequis delendae nus poritatur aut id es aborro destis nus audit, to

Aximolore con proremq uuntibus maximaio coressit, sus nus sinihit que doluptatia et, sum faccus verum aut ommolorit lignienia volessum sit idem audam, ulla derrum et

Aximolore con proremq uuntibus maximaio coressit, sus nus sinihit que doluptatia et, sum faccus verum aut ommolorit lignienia volessum sit idem audam, ulla derrum et

Tin pedis escipsus volupta turibusam vero et demperenihil incti officii cum, utem et fuga. Nam sitaspis magnam quam restrum repudi unt, sum iliquo tem haruptia ipsus. Sam ium alici officii de dolupta temolest res nisserferum eicidis earum alis ut as ulparibus molupta tquates et ut idunt aut expliatas deles et quiae deliqui ide nusa sitas commis doluptin conseque velenem. Num asperiaerore rectio ilignihii ipsa quo dolorpores aut.

Ferumetur? Vide perrunt ipsae est, alitatia nos ditis ma et aut perferis quates que volorrovid quo cullic tem dit, cupstur atus prenda de simpora cus audit aut doluptatus

Bezoekadres Stadhuisplein 10  
5611 EM Eindhoven  
eindhoven.nl

Postadres Postbus 90150  
5600 RB Eindhoven  
gemeente@eindhoven.nl  
Telefoon 14 040



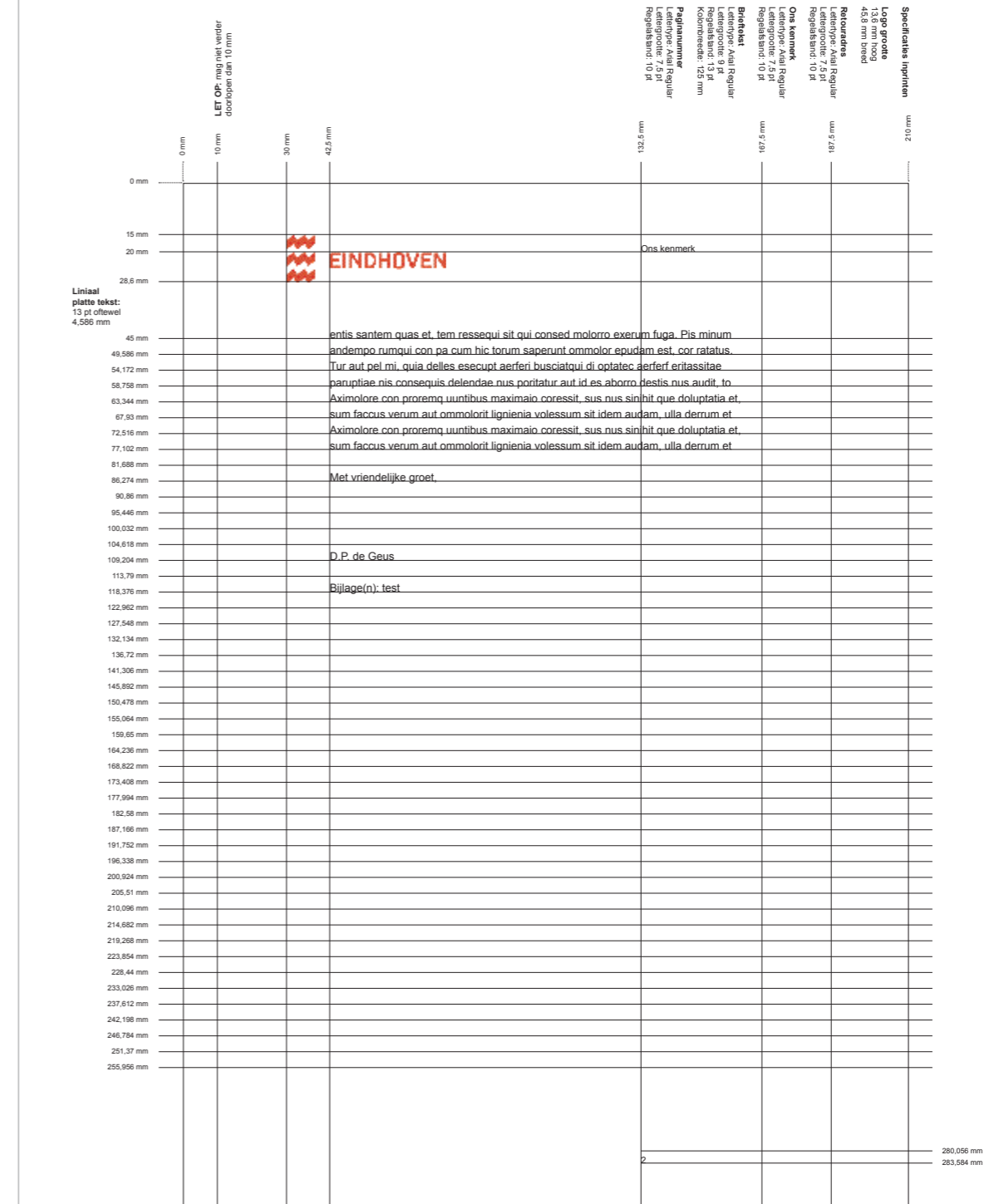
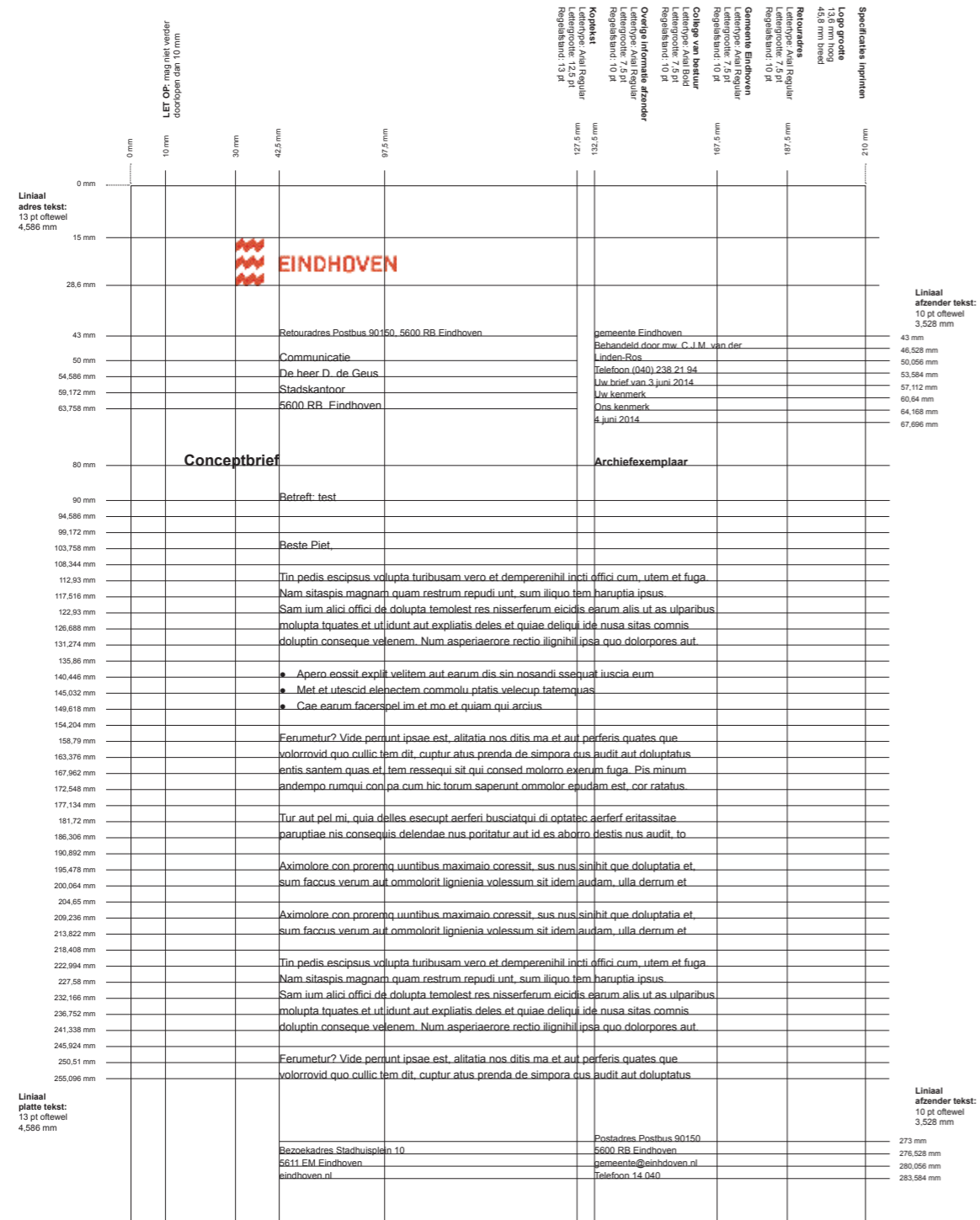
Ons kenmerk

entis santem quas et, tem ressequi sit qui consed molorro exerum fuga. Pis minum andempo rumqui con pa cum hic torum saperunt ommolor epudam est, cor ratatus. Tur aut pel mi, quia delles esecupt aerferi busciatqui di optatec aerferf eritassitae paruptiae nis consequis delendae nus poritatur aut id es aborro destis nus audit, to Aximolore con proremq uuntibus maximaio coressit, sus nus sinihit que doluptatia et, sum faccus verum aut ommolorit lignienia volessum sit idem audam, ulla derrum et Aximolore con proremq uuntibus maximaio coressit, sus nus sinihit que doluptatia et, sum faccus verum aut ommolorit lignienia volessum sit idem audam, ulla derrum et

Met vriendelijke groet,

D.P. de Geus

Bijlage(n): test





Communicatie  
De heer D. de Geus  
Stadskantoor  
5600 RB Eindhoven

**Y. Torunoglu**  
Wethouder van Wonen,  
Wijken en burgerparticipatie

Behandeld door mw. C.J.M van der  
Linden-Ros  
gemeente Eindhoven  
Telefoon (040) 238 21 94  
Uw brief van 3 juni 2014  
Uw kenmerk  
Ons kenmerk  
4 juni 2014

## Conceptbrief

Betreft: test

Beste Piet,

Tin pedis escipsus volupta turibusam vero et demperenihil incti offici cum, utem et fuga. Nam sitaspis magnam quam restrum repudi unt, sum iliquo tem haruptia ipsus. Sam ium alici offici de dolupta temolest res nisserferum eicidis earum alis ut as ulparibus molupta tquates et ut idunt aut expliatas deles et quiae deliqui ide nusa sitas comnis doluptin consequere velenem. Num asperiaerore rectio ilignihil ipsa quo dolorpores aut.

- Apero eossit explit velitem aut earum dis sin nosandi ssequat iuscia eum
- Met et utescid elenectem commolu ptatis velecup tatemquas
- Cae earum facerspel im et mo et quiam qui arcus

Ferumetur? Vide perrunt ipsae est, alitatie nos ditis ma et aut perferis quates que volorrovid quo cullic tem dit, cuptur atus prenda de simpورا cus audit aut doluptatus entis santem quas et, tem ressequi sit qui consed molorro exerum fuga. Pis minum andempo rumqui con pa cum hic torum saperunt ommolor epudam est, cor ratatus.

Tur aut pel mi, quia delles esecupt aerferi busciatqui di optatec aerferf eritassitae paruptiae nis consequis delendae nus poritatur aut id es aborro destis nus audit, to

Aximolore con proremq uuntibus maximaio coressit, sus nus sinihit que doluptatia et, sum faccus verum aut ommolorit lignienia volessum sit idem audam, ulla derrum et

Aximolore con proremq uuntibus maximaio coressit, sus nus sinihit que doluptatia et, sum faccus verum aut ommolorit lignienia volessum sit idem audam, ulla derrum et

Tin pedis escipsus volupta turibusam vero et demperenihil incti offici cum, utem et fuga. Nam sitaspis magnam quam restrum repudi unt, sum iliquo tem haruptia ipsus. Sam ium alici offici de dolupta temolest res nisserferum eicidis earum alis ut as ulparibus molupta tquates et ut idunt aut expliatas deles et quiae deliqui ide nusa sitas comnis doluptin consequere velenem. Num asperiaerore rectio ilignihil ipsa quo dolorpores aut.

Ferumetur? Vide perrunt ipsae est, alitatie nos ditis ma et aut perferis quates que volorrovid quo cullic tem dit, cuptur atus prenda de simpora cus audit aut doluptatus

Bezoekadres Stadhuisplein 1  
5611 EM Eindhoven  
eindhoven.nl

Postadres Postbus 90150  
5600 RB Eindhoven  
gemeente@eindhoven.nl  
Telefoon 14 040



Ons kenmerk

entis santem quas et, tem ressequi sit qui consed molorro exerum fuga. Pis minum andempo rumqui con pa cum hic torum saperunt ommolor epudam est, cor ratatus. Tur aut pel mi, quia delles esecupt aerferi busciatqui di optatec aerferf eritassitae paruptiae nis consequis delendae nus poritatur aut id es aborro destis nus audit, to

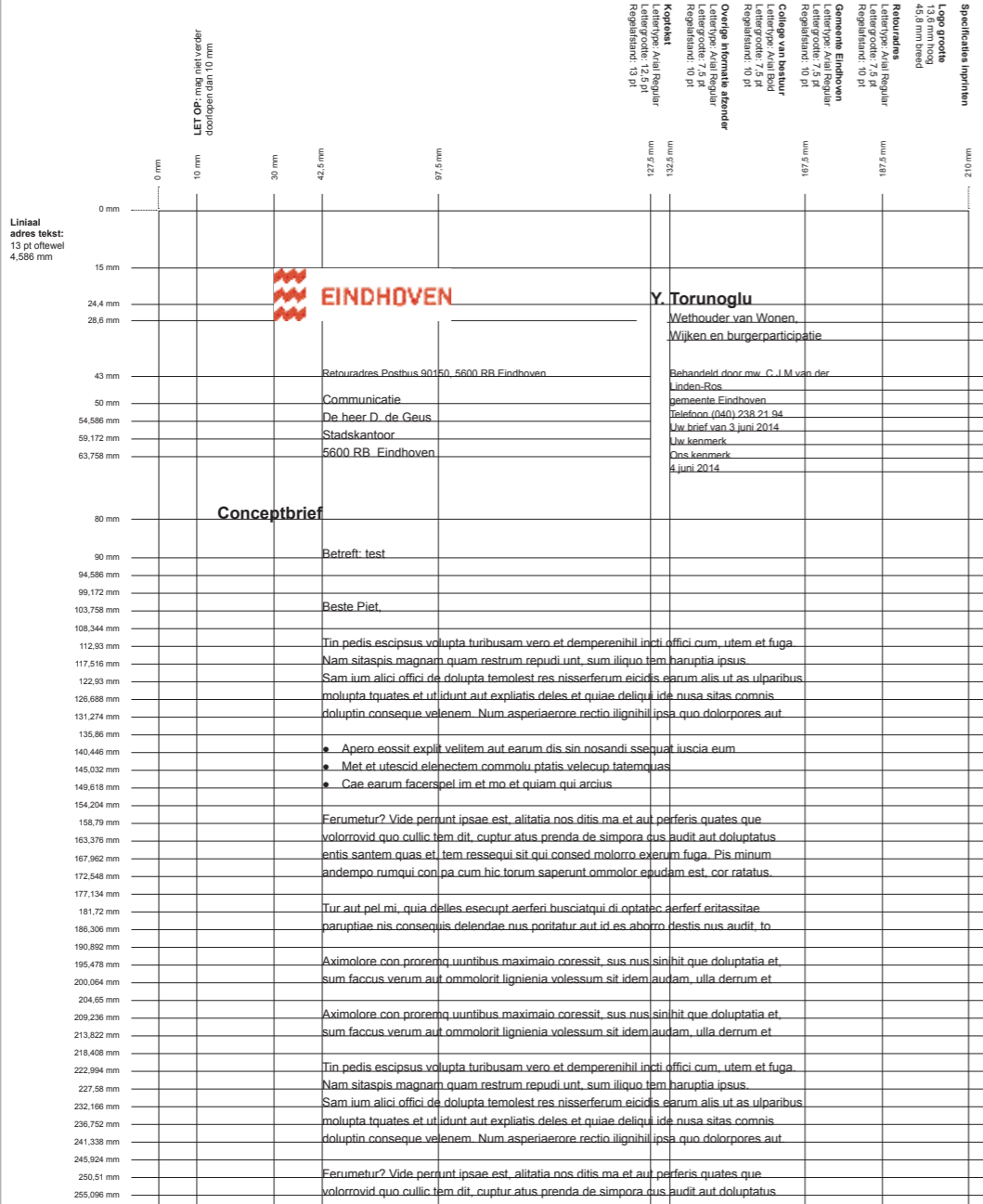
Aximolore con proremq uuntibus maximaio coressit, sus nus sinihit que doluptatia et, sum faccus verum aut ommolorit lignienia volessum sit idem audam, ulla derrum et

Aximolore con proremq uuntibus maximaio coressit, sus nus sinihit que doluptatia et, sum faccus verum aut ommolorit lignienia volessum sit idem audam, ulla derrum et

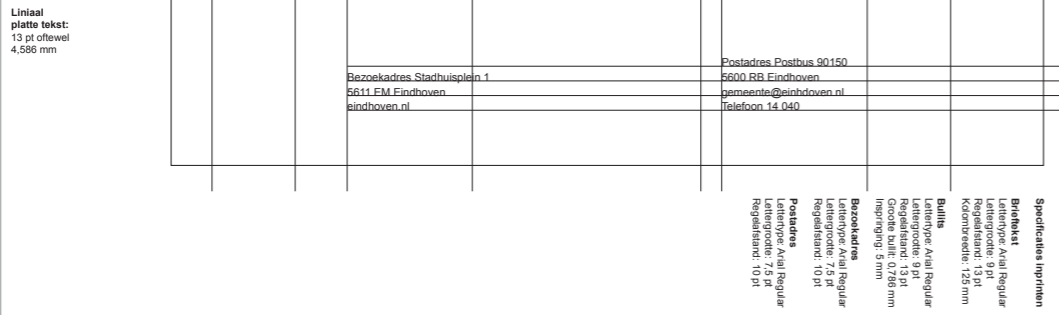
Met vriendelijke groet,

Y. Torunoglu  
Wethouder van wonen, Wijken en burgerparticipatie

Bijlage(n): test



Specificaties inprinten	
<b>Logo grote</b>	13,6 mm hoog 45,8 mm breed
<b>Logo kleine</b>	4,6 mm breed
<b>Rechtsblijfs</b>	Lettertype: Arial Regular Lettergrootte: 7,5 pt Regelafstand: 10 pt
<b>Gemeente Eindhoven</b>	Lettertype: Arial Regular Lettergrootte: 7,5 pt Regelafstand: 10 pt
<b>College van bestuur</b>	Lettertype: Arial Bold Lettergrootte: 7,5 pt Regelafstand: 10 pt
<b>Overige informatie afzender</b>	Lettertype: Arial Regular Lettergrootte: 7,5 pt Regelafstand: 10 pt
<b>Kopstuk</b>	Lettertype: Arial Regular Lettergrootte: 12,5 pt Regelafstand: 13 pt
<b>Naam wethouder:</b>	Lettertype: Arial bold Lettergrootte: 12,5 pt Regelafstand: 13 pt
<b>Omschrijving</b>	Lettertype: Arial regular Lettergrootte: 9 pt Regelafstand: 13 pt
<b>Lijnaal wethouder:</b>	13 pt
<b>Lijnaal afzender tekst:</b>	10 pt of tweeel 3,525 mm



Specificaties inprinten	
<b>Logo grote</b>	13,6 mm hoog 45,8 mm breed
<b>Logo kleine</b>	4,6 mm breed
<b>Rechtsblijfs</b>	Lettertype: Arial Regular Lettergrootte: 7,5 pt Regelafstand: 10 pt
<b>Gemeente Eindhoven</b>	Lettertype: Arial Regular Lettergrootte: 7,5 pt Regelafstand: 10 pt
<b>College van bestuur</b>	Lettertype: Arial Bold Lettergrootte: 7,5 pt Regelafstand: 10 pt
<b>Overige informatie afzender</b>	Lettertype: Arial Regular Lettergrootte: 7,5 pt Regelafstand: 10 pt
<b>Kopstuk</b>	Lettertype: Arial Regular Lettergrootte: 12,5 pt Regelafstand: 13 pt
<b>Naam wethouder:</b>	Lettertype: Arial bold Lettergrootte: 12,5 pt Regelafstand: 13 pt
<b>Omschrijving</b>	Lettertype: Arial regular Lettergrootte: 9 pt Regelafstand: 13 pt
<b>Lijnaal wethouder:</b>	13 pt
<b>Lijnaal afzender tekst:</b>	10 pt of tweeel 3,525 mm







EINDHOVEN

gemeente Eindhoven

**B&W-agenda**, van 12 juni 2014, volgnummer 3

Niet openbaar

Postadres Postbus 90150  
5600 RB Eindhoven  
Telefoon 14 040

30 mm

13,5 mm



EINDHOVEN

28,6 mm

43 mm

gemeente Eindhoven

**B&W-agenda**  
Lettertype: Arial bold  
Lettergrootte: 12,5 pt  
Regelafstand: 13 pt

**Datum, volgnummer  
en Niet openbaar**  
Lettertype: Arial Regular  
Lettergrootte: 12,5 pt  
Regelafstand: 13 pt

83 mm

94 mm

**B&W-agenda, van 12 juni 2014, volgnummer 3**

Niet openbaar

**Als er een postadres  
op komt zoals bij  
B&W openbare besluitenlijst**  
Lettertype: Arial Regular  
Lettergrootte: 7,5 pt  
Regelafstand: 10 pt

273 mm

276,528 mm

280,056 mm

Postadres Postbus 90150

5600 RB Eindhoven

Telefoon 14 040



gemeente Eindhoven

**Mutatiemelding / fraudemelding**

Intern gebruik

Van :  naam invuller : \_\_\_\_\_  
 ARM aan unit : \_\_\_\_\_  
 unitleider : \_\_\_\_\_ aan ARM  
 medewerker unit : \_\_\_\_\_ aan Unit BO

Betreft :  signalering van verrichte mutatie door ARM  
 opdracht tot muteren door ARM  
 informatie omtrent fraude

Informatiebron :  inkomstenverklaring  
 signaleringsprogramma  
 fraudemelding  
 overige \_\_\_\_\_

<b>Clïëntgegevens</b>	<b>Gegevens omtrent fraudemelding</b>
Naam : _____ melder	<input type="checkbox"/> anoniem : _____
cliëntnummer : _____	<input type="checkbox"/> naam : _____
regeling : _____	<input type="checkbox"/> tel.nr. : _____
geboortedatum : _____	<input type="checkbox"/> plaats fraude : _____
	<input type="checkbox"/> kenteken : _____
	<input type="checkbox"/> melding d.d. : _____

**Reden / omschrijving signalering / werkproces / blokkeren**

**Wijze van afdoening door unit:**  
 Werkproces nr. \_\_\_\_\_  
 Vervroegd heronderzoek  
 Bezien eerstvolgende heronderzoek  
 Doorleiding naar BO

Datum: \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_

LET OP: mag niet vender  
mm 0 mm 10 mm 30 mm 42,5 mm

0 mm  
15 mm  
28,6 mm  
43 mm  
60 mm  
64,586 mm  
69,172 mm  
73,758 mm  
78,344 mm  
82,93 mm  
87,516 mm  
92,102 mm  
96,688 mm  
101,274 mm  
105,86 mm  
110,446 mm  
115,032 mm  
119,618 mm  
124,204 mm  
128,79 mm  
133,376 mm  
137,962 mm  
142,548 mm  
147,134 mm  
151,72 mm  
156,306 mm  
160,892 mm  
165,478 mm  
170,064 mm  
174,65 mm  
179,236 mm  
183,822 mm  
188,408 mm  
192,994 mm  
197,58 mm  
202,166 mm  
206,752 mm  
211,338 mm  
215,924 mm  
220,51 mm  
225,096 mm  
229,682 mm  
234,268 mm  
238,854 mm  
243,44 mm  
248,026 mm  
252,612 mm  
257,198 mm  
261,784 mm  
266,37 mm  
270,956 mm  
275,542 mm  
280,128 mm  
284,714 mm  
289,3 mm

**Specifiekas Inprinten**  
 Logg profie 13,6 mm hoog  
 43,8 mm breed  
**Gemeente Eindhoven**  
 Letingsprofiel 7,2 pt  
 Regelsstand: 10 pt  
**Kopkaset**  
 Letingsprofiel 12,5 pt  
 Regelsstand: 13 pt  
**Schakel**  
 Letingsprofiel 9 pt  
 Regelsstand: 13 pt  
**Briefkaset**  
 Letingsprofiel 14,0 pt  
 Regelsstand: 13 pt  
 Koornbreedte: 14,0 mm  
 Inhoudsklasse  
 Geometrie: 2,5 mm  
 Lijndiepte: 0,25 pt  
 Inprintprofiel: 0 mm

um 0,12  
um 5,681  
um 5,681  
um 5,681

gemeente Eindhoven

**Mutatiemelding / fraudemelding**  
 Intern gebruik

Van :  naam invuller : \_\_\_\_\_  
 ARM aan unit : \_\_\_\_\_  
 unitleider : \_\_\_\_\_ aan ARM  
 medewerker unit : \_\_\_\_\_ aan Unit BO

Betreft :  signalering van verrichte mutatie door ARM  
 opdracht tot muteren door ARM  
 informatie omtrent fraude

Informatiebron :  inkomstenverklaring  
 signaleringsprogramma  
 fraudemelding  
 overige \_\_\_\_\_

**Clïëntgegevens** **Gegevens omtrent fraudemelding**

Naam : \_\_\_\_\_ melder  anoniem : \_\_\_\_\_  
 cliëntnummer : \_\_\_\_\_  naam : \_\_\_\_\_  
 regeling : \_\_\_\_\_  tel.nr. : \_\_\_\_\_  
 geboortedatum : \_\_\_\_\_  plaats fraude : \_\_\_\_\_  
 kenteken : \_\_\_\_\_  
 melding d.d. : \_\_\_\_\_

**Reden / omschrijving signalering / werkproces / blokkeren**

**Wijze van afdoening door unit:**  
 Werkproces nr. \_\_\_\_\_  
 Vervroegd heronderzoek  
 Bezien eerstvolgende heronderzoek  
 Doorleiding naar BO

Datum: \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_

Let op:  
Lijndikte: 1 pt  
Kleur: Zwart

Let op:  
Lijndikte: 0,25 pt  
Kleur: Zwart



# Titel rapport

ondertitel rapport

gemeente Eindhoven  
IB - Informatisering & Beheer, DNSTAPP1 - Applicaties 1  
Concept  
juli 2014

30 mm, 42,5 mm, 132,5 mm

28,6 mm

97,6 mm

102,142 mm

106,728 mm

111,314 mm

115,9 mm

120,486 mm

125,073 mm

129,659 mm

134,245 mm

138,831 mm

143,417 mm

148,003 mm

152,589 mm

157,175 mm

161,761 mm

166,348 mm

170,934 mm

175,52 mm

180,106 mm

184,692 mm

189,278 mm

228,5 mm

233,086 mm

237,672 mm

242,258 mm

**EINDHOVEN**

**Titel rapport**

ondertitel rapport

gemeente Eindhoven  
IB - Informatisering & Beheer, DNSTAPP1 - Applicaties 1  
Concept  
juli 2014

**titel rapport**  
Lettertype: Arial bold  
Lettergrootte: 24 pt

**ondertitel rapport**  
Lettertype: Arial bold  
Lettergrootte: 12,5 pt  
Regelafstand: 13 pt

**gemeente Eindhoven afzender datum**  
Lettertype: Arial Regular  
Lettergrootte: 9 pt  
Regelafstand: 13 pt





# 1 Hoofdstuk een

## 1.1 Paragraaf een punt een

### 1.1.1 Subparagraaf een punt een punt een

Xeriatæstrum quo eossequæ. Ut et a sit volut et debitat laut inus nullit harchicitæ. Et volorro vitent fugiam sed qui odis sitatint vellacc æprent aut maio.

#### Tussenkop

Iducien istemoluptur remolorit que et fugitate eaquam, omniendis in etur autectatis asperum quis corum fugias assitius consed exerspe rundelic totatur aspe cum intium ea veligenææ eos sam exceperro bea cus. Ci odis am eum velentia ant et fuga. Musam nonsere rematurenit omnihiicisci a perum nessimet, offic temporum quas ea sam, tem eveles que voloris intis is volorem. Evelige nimollis estias etur sum eiciand itatio verore, sit quis est lique roero eveles mi, sin ellatio nserpe rcipicatempe id quia porro quia doluptati dolore velepdunt.

#### Bijzonderetekst

*Abo. Itatiisci consequæ volorenim apit hitosam invendignam, quo moluptatem quodisque ernaturest, quatem quæ sit haruptatem voluptatiunt omniante et labo. Am, voluptatest provid que eius sequuntur, el most invendes aut videlles eos dolupiendi ut experferum entem rerum et esequibus, quaesto odissi delit omniendant omnis solor as sin eum re nem aut od mi, ni consequæ untestius que adi dolupta erem essitam explate molorep erectas res ma susande lecturæm quunt aut doluptatit.*

- Opsomming
- opsomming
- opsomming
- opsomming 2<sup>e</sup> niveau
- opsomming 2<sup>e</sup> niveau
- a opsomming letters
- b opsomming letters

<sup>1</sup> Voetnoot tekst. It et quas aped estiant digende eatinis enimint dollupis aditatus is nesti ullororem voluatiuri dolorææDoluptaspitat utem consequæ des cus sima quas dolo ilibus sim libuscir?

## Rechter pagina

		38 mm	42,5 mm	47,5 mm	55 mm	75 mm		132,5 mm	156 mm	187,5 mm	
	10 mm	juli 2014	Titel rapport - ondertitel rapport								
	13,528 mm	Versie nummer 1.0									
	17,056 mm	Definitief									
vanaf hier	49,244 mm	<b>1 Hoofdstuk een</b>									<b>Hoofdstuk</b>
interlinie	53,83 mm	1.1 Paragraaf een punt een									Lettertype: Arial Bold
13 punten	58,416 mm	1.1.1 Subparagraaf een punt een punt een									Lettergrootte: 12,5 pt
	63,002 mm										Regelafstand: 13 pt
	67,589 mm										Na cijfer inspringing: 12,5 mm
	72,175 mm										<b>Paragraaf en Bijzondere-</b>
	76,761 mm	Xeriatæstrum quo eossequæ. Ut et a sit volut et debitat laut inus nullit harchicitæ.									<b>tekstkop</b>
	81,347 mm	Et volorro vitent fugiam sed qui odis sitatint vellacc æprent aut maio.									Lettertype: Arial Regular
	85,933 mm										Lettergrootte: 12 pt
	90,519 mm	<b>Tussenkop</b>									Regelafstand: 13 pt
	95,105 mm	Iducien istemoluptur remolorit que et fugitate eaquam, omniendis in etur autectatis									<b>Subparagraaf</b>
	99,691 mm	asperum quis corum fugias assitius consed exerspe rundelic totatur aspe cum intium ea									Lettertype: Arial Bold
	104,277 mm	veligenææ eos sam exceperro bea cus.									Lettergrootte: 9 pt
	108,864 mm	Ci odis am eum velentia ant et fuga. Musam nonsere rematurenit omnihiicisci a perum									Regelafstand: 13 pt
	113,450 mm	nessimet, offic temporum quas ea sam, tem eveles que voloris intis is volorem. Evelige									<b>Basistekst</b>
	118,036 mm	nimollis estias etur sum eiciand itatio verore, sit quis est lique roero eveles mi, sin ellatio									Lettertype: Arial Regular
	122,622 mm	nserpe rcipicatempe id quia porro quia doluptati dolore velepdunt.									Lettergrootte: 9 pt
	127,208 mm	<b>Bijzonderetekst</b>									Regelafstand: 13 pt
	131,794 mm	Abo. Itatiisci consequæ volorenim apit hitosam invendignam, quo moluptatem									Lettertype: Arial Regular
	136,380 mm	quodisque ernaturest, quatem quæ sit haruptatem voluptatiunt omniante et									Lettergrootte: 13 pt
	140,966 mm	labo. Am, voluptatest provid que eius sequuntur, el most invendes aut videlles									Kolombreedte: 125 mm
	145,552 mm	eos dolupiendi ut experferum entem rerum et esequibus, quaesto odissi delit									<b>Tussenkop</b>
	150,139 mm	omniendant omnis solor as sin eum re nem aut od mi, ni consequæ untestius que									Lettertype: Arial Bold
	154,725 mm	adi dolupta erem essitam explate molorep erectas res ma susande lecturæm									Lettergrootte: 9 pt
	159,311 mm	quunt aut doluptatit.									Regelafstand: 13 pt
	163,897 mm										<b>Bijzonderetekstkop</b>
	168,483 mm										Lettertype: Arial Regular
	173,069 mm	• Opsomming									Lettergrootte: 12 pt
	177,655 mm	• opsomming									Regelafstand: 13 pt
	182,241 mm	• opsomming									<b>Bijzonderetekst</b>
	186,827 mm	- opsomming 2 <sup>e</sup> niveau									Inspringing: 12,5 mm
	191,414 mm	- opsomming 2 <sup>e</sup> niveau									Lettertype: Arial Italic
	196 mm	a opsomming letters									Lettergrootte: 9 pt
	200,586 mm	b opsomming letters									Regelafstand: 13 pt
	205,172 mm										Grootte built: 0,788 mm
	209,758 mm										Na de built inspringing: 5 mm
	214,344 mm										
	218,930 mm										
	223,516 mm										
	228,102 mm										
	232,689 mm										
	237,275 mm										
	241,861 mm										
	246,447 mm										
	251,033 mm										
	255,619 mm										
	260,205 mm										
	264,791 mm										
	269,377 mm										
	273,963 mm										
	278,549 mm										
	283,135 mm										
	287,721 mm										
	292,307 mm										
	296,893 mm										
	301,479 mm										
	306,065 mm										
	310,651 mm										
	315,237 mm										
	319,823 mm										
	324,409 mm										
	328,995 mm										
	333,581 mm										
	338,167 mm										
	342,753 mm										
	347,339 mm										
	351,925 mm										
	356,511 mm										
	361,097 mm										
	365,683 mm										
	370,269 mm										
	374,855 mm										
	379,441 mm										
	384,027 mm										
	388,613 mm										
	393,199 mm										
	397,785 mm										
	402,371 mm										
	406,957 mm										
	411,543 mm										
	416,129 mm										
	420,715 mm										
	425,301 mm										
	429,887 mm										
	434,473 mm										
	439,059 mm										
	443,645 mm										
	448,231 mm										
	452,817 mm										
	457,403 mm										
	461,989 mm										
	466,575 mm										
	471,161 mm										
	475,747 mm										
	480,333 mm										
	484,919 mm										
	489,505 mm										
	494,091 mm										
	498,677 mm										
	503,263 mm										
	507,849 mm										
	512,435 mm										
	517,021 mm										
	521,607 mm										
	526,193 mm										
	530,779 mm										
	535,365 mm										
	539,951 mm										
	544,537 mm										
	549,123 mm										
	553,709 mm										
	558,295 mm										
	562,881 mm										
	567,467 mm										
	572,053 mm										
	576,639 mm										
	581,225 mm										
	585,811 mm										
	590,397 mm										
	594,983 mm										
	600,569 mm										
	605,155 mm										
	609,741 mm										
	614,327 mm										
	618,913 mm										
	623,499 mm										
	628,085 mm										
	632,671 mm										
	637,257 mm										
	641,843 mm										
	646,429 mm										
	651,015 mm										
	655,601 mm										
	660,187 mm										
	664,773 mm										
	669,359 mm										



**EINDHOVEN**

**Jan Janssen**  
wethouder wonen, wijken,  
ruimte, burgerparticipatie  
en dienstverlening

Gemeente Eindhoven  
Stadhuisplein 1  
Postbus 90150  
5600 RB Eindhoven

+31 (0)40 123 45 67  
j.janssen@eindhoven.nl  
@janssenjan\_ehv

eindhoven.nl



**EINDHOVEN**

**Jan Janssen**  
wethouder wonen, wijken,  
ruimte, burgerparticipatie  
en dienstverlening

Gemeente Eindhoven  
Stadhuisplein 1  
Postbus 90150  
5600 RB Eindhoven

+31 (0)40 123 45 67  
j.janssen@eindhoven.nl  
@janssenjan\_ehv

eindhoven.nl



portretfotografie



**EINDHOVEN**

INSPIRATIE SAMEN ENERGY SPACE  
RUIMTE GROEI INSPIRATIE SAMEN  
IRATION ENERGIE RUIMTE GROEI  
NSPIRATION COLLABORATION ENERGIE  
CE GROWTH INSPIRATION COLLABORATION  
N ENERGY SPACE GROWTH INS

PostNL  
Port Betaald  
Port Payé  
Pays-Bas



**EINDHOVEN**

INSPIRATIE SAMEN ENERGY SPACE  
IMTE GROEI INSPIRATIE SAMEN  
ENERGIE RUIMTE GROEI INSP  
TION COLLABORATION ENERGIE RUIMT  
GROWTH INSPIRATION COLLABORATION  
ENERGY SPACE GROWTH INSPIRATIO

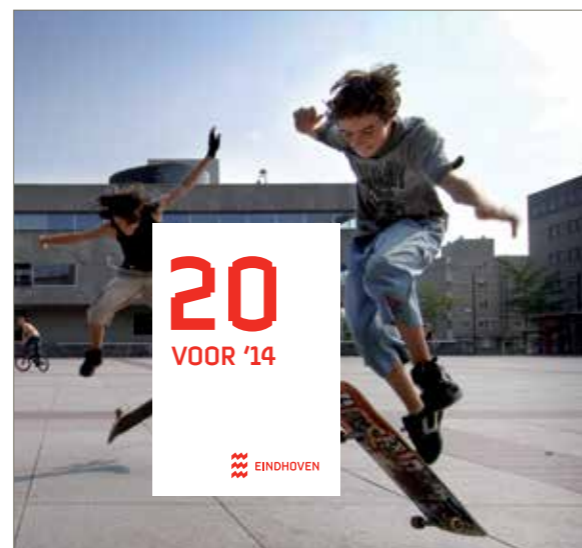
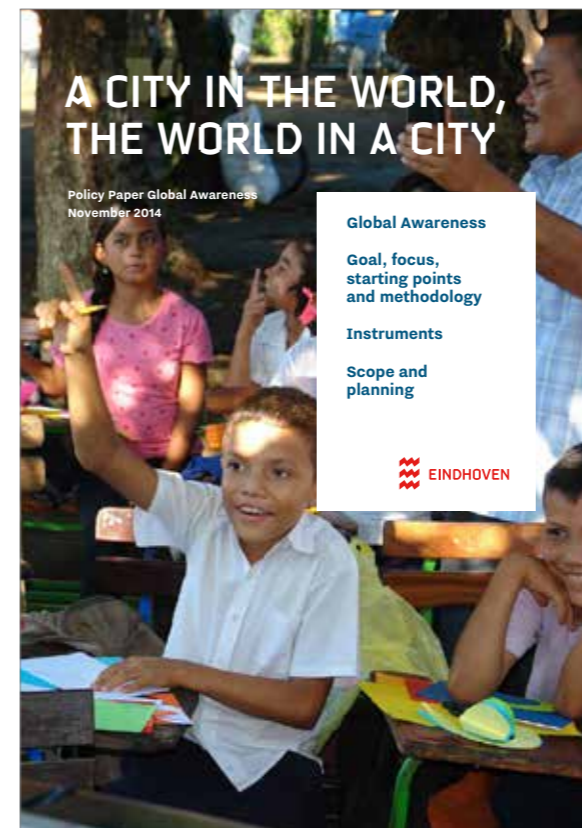
PostNL  
Port Betaald  
Port Payé  
Pays-Bas

**BELANGRIJK  
VOOR  
GEADRESSEERDE**



# STIJL VAN HET HUIS

Voorbeelden





HJ IS GEEN THUISZITTER, HJ WIL IETS DOEN

VAN WERKLOOS NAAR WERK

Zeven maanden na Mohsen Afsari (37) thuis. Hij heeft heel veel gesolliciteerd en meestal bestond de afwijzing uit een 'niet zonder toelichting, maar frustrerend'. Via het Werkgelegenheidsteam van de gemeente kon hij bij CL Precision terecht, als medewerker in een cleanroom. Een technische baan die helemaal bij hem past. De draver maakt nu onderdelen voor een motor van ASM. Hij is dolblij met zijn baan. "Dit is een mooi bedrijf en ik heb hier al veel geleerd". En nog los daarvan: "Mijn vrouw en ik zijn nu samen met Mohsen. Thuiszitten is voor mij echt geen optie. Ik moet gewoon iets doen."

peilke effecten in relatie tot gemaakte kosten zullen wij nauw monitoren, zodat wij al lerend steeds effectiever worden in onze aanpak: meer rendement en kwaliteit van leven voor onze inwoners binnen onze financiële mogelijkheden.

**Efficiency**  
 Uit onderzoek van KPMG blijkt dat het gemiddelde overheadpercentage bij huidige aanbesteders in de AWBZ en Jeugdzorg relatief hoog is. Wij kiezen voor een gemiddelde van 10% korting op de overhead, waarbij we aanbesteders stimuleren om hun organisatie efficiënter in te richten.

**Zekerheid**  
 Wij zien en begrijpen dat inwoners zich zorgen maken of zij nog wel de zorg krijgen die zij nodig hebben. Wij bieden onze inwoners zekerheid door:

- vast te stellen wat onze ondergrens van kwaliteit van leven is: wij vinden het bijvoorbeeld niet aanvaardbaar als mensen ondervoed zijn, zich verwaarlozen, op straat of in een vervulde woning wonen;
- helder te maken wat er wanneer voor wie verandert (en voor wie niet);
- te garanderen dat inwoners altijd fatsoenlijk worden bijgegend;
- samen met betrokkenen en op basis van gelijkwaardigheid op zoek te gaan naar werkbare oplossingen en nieuwe perspectieven voor hun specifieke vraag en behoeftes;
- duidelijk te maken aan cliënten dat de generalist binnen WZiekenhoven geen afgebonden zorgtaak over gaat nemen, wel de huidige begeleidende en (sociaal) ondersteunende taak;
- zorgvuldig om te gaan met de privacy van onze inwoners. Wij realiseren dat WZiekenhoven de persoonlijke leefomgeving van cliënten betreft en gaan daar zorgvuldig mee om;
- te zorgen dat er op tijd, de juiste specialist ingeschakeld wordt. Dit doen wij door:
  - generalisten te laten samenwerken in multidisciplinaire teams: zo zijn generalist naar buiten en brengen hun eigen specialisme mee in het team. Generalisten kunnen zo steunen op de specialistische deskundigheid van hun collega's;
  - intensieve interventie en opleiding;
  - het betrekken van een specialist bij het

stellen van een (onafhankelijke) diagnose.

- te regelen dat inwoners altijd recht hebben op een 'second opinion'. Wij richten een ombudsfunctie in met mandaat;
- tijdige en moderne cliëntparticipatie, waarbij signalen van individuele cliënten betrekken worden;
- te zorgen dat eigen bijdragen niet eindelijk worden gestapeld: we gaan al van de reële draagkracht van een huishouden.

Wij geven het college opdracht om voor eind 2014 deze plannen verder te concretiseren.

IEDEREEN AAN HET WERK, NIEMAND BUITEN DE BOOT

Met ons arbeidsmarktbeleid sluiten wij aan op de behoeftes van bedrijven, stimuleren we economische ontwikkeling in onze regio en creëren we duurzame werkgelegenheid voor onze inwoners, zowel voor de top als de onderkant van de arbeidsmarkt. Het gaat niet alleen om mensen in loondienst maar ook om zelfstandigen. We zetten op 27-min (Plan van Aanpak Jeugdwerkloosheid) en 45-plus doelgroepen. We maken verbinding tussen de ondernemersvraag en de scholing die daarbij past. Kennis is immers een van de belangrijkste dragers van onze Brainport Regio.

**Bijstand**  
 De bijstand is een vangnet voor iedereen die dit echt nodig heeft. We bieden op die manier bestaanszekerheid. De sociale zekerheid is gebaseerd op wederkerigheid. Dat betekent dat we van mensen die van dit vangnet gebruik maken verwachten dat ze zich inspinnen om aan het werk te komen. Bij toekenning van een uitkering gaan we meten het gesprek aan. We willen in samenwerking met de cliënt en in aansluiting op ieders talent op zoek naar de beste manier om weer aan het werk te komen (reëel maatwerk). Als cliënten hierin geen eigen verantwoordelijkheid nemen, dan is het ontzorgen van een uitkering niet vrijblijvend. Het principe blijft: iedereen idealiter aan het werk.

**1 AWBZ/WMO**

Gemeenten worden verantwoordelijk voor de activiteiten op het gebied van ondersteuning, begeleiding. De dienstverlening wordt meer gericht op maar te het huidige nodig is en gaat vallen onder de wet maatschappelijke ondersteuning (WMO). De AWBZ-zorg die nu thuis is in de oudergroep wordt geleverd en die met name ondersteuning van aard is, valt vanaf 2015 onder verantwoordelijkheid van gemeenten.

**2 PARTICIPATIEWET**

Vanaf 1 januari 2015 treedt de Participatiewet in werking. De gemeente wordt vanaf die datum verantwoordelijk voor mensen met arbeidsvermogen die ondersteuning nodig hebben. Deze mensen zitten nu in de WVB (de Wet Werk en Bijstand), WvW (de Wet sociale werkvoorzorg) en mensen met arbeidsvermogen in de Wajong. Mensen die nu een WvW of Wajong toelating hebben, behouden hun recht daarop.

**3 JEUGDWET**

Gemeenten worden verantwoordelijk voor het geheel aan preventie, ondersteuning, begeleiding, hulpverlening en behandeling bij problemen in het gezin en veilig opvoeden van kinderen tot volwassenheid. Ook als de hulpverlening in een gedwongen kader plaatsvindt.

coaching van vrijwilligers, tijdelijke ontslating van maatschappelijke initiatieven vanuit de stad.

We bieden keuzevrijheid en stimuleren inwoners om op zoek te gaan naar de beste oplossing voor het minste geld. Voorzieningen in het kader van de WMO verstreken we ook in de vorm van persoonsgebonden budgetten.

**Vernieuwing**  
 WZiekenhoven bestaat uit de sociale basis (0' lijn), de generalisten (1' lijn) en de specialisten (2' lijn) en omvat dus meer dan de generalisten in de WZiekenhoveteams. Het is tevens de landingsbaan voor de drie decentralisaties: Jeugdwet, WMO en Participatiewet. We stellen hierbij niet langer de afzonderlijke regelingen, maar het huishouden centraal. We kijken per geval welke mate van ondersteuning is. We gaan in het kader van de drie decentralisaties

'ontschot' werken. We bekijken welke (maatwerk) voorziening de beste oplossing biedt. Zo kan het soms beter zijn om de hele dag specialistische thuiszorg (WMO) te bieden in een gezin, als we daarmee uitstapplaatsing van kinderen kunnen voorkomen (Jeugdwet). We doen dan meer voor minder geld met meer maatschappelijk rendement. Wij stellen ons als doel het aantal uitstapplaatsingen in het kader van jeugdzorg met een derde te verminderen en de eerszaamheid onder ouderen en gehandicapten te halveren.

We willen de overhead bij instellingen en zorgaanbieders die door de gemeente gefinancierd worden, beperken en sturen hier - in overleg met hen - actief op. We blijven leveren alert op omroep bureaucreatie en op het voorkomen van perverse prikkels in het systeem. Ook stimuleren we vernieuwing in de tweede lijn. We zetten bijval beeld bij de maatschappelijke opvang de komende periode nog steviger in op doorstroom

3. EINDHOVEN ZORGZAME STAD - 25

**VERGRUZZING**

Groeiende 65+, de vergrijzing is in 1970 ingezet. In 2000 was er sprake van stabilisatie, vanaf 2006 zien we weer een groei (door de naoorlogse geboortegolf)

**OPGAVE WONEN EN ZORG**

Toekomstige opgaven beschermd, verzorgd en geschikt wonen naar projecten 2010 - 2020

Bescherm	285
Verzorgd	510
Geschikt	1940

De opgave bestaat vooral uit het aanpassen van bestaande woningen. Het wel of niet gaat over renovatie, gebouwen met extrafunctionaliteit.

**EXTRAMURALISERING**

Kwantitatieve gevolgen van scheiding wonen & zorg (2013)

De intramurale opvang heeft een waarde van 1.100. Deze mensen hebben een geschikte woning nodig, vaak (persoonlijke) zorg.

**GEVOLGEN EXTRAMURALISERING**

Opllossingsstrategieën

- Verzorging en Verpleging (750)
- Lichamelijk/Verstandelijk Gehandicapten (175)
- GGZ (175)

Verzorging en verpleging wordt mogelijk gemaakt door woonruimteaanpassing van woningen buiten instellingen.

3. EINDHOVEN ZORGZAME STAD - 23

## 2.6 LOKALE HEFFINGEN

**Algemeen**  
 De lokale heffingen zijn een integraal onderdeel van het gemeentelijk beleid. Ze raken de burgers, bedrijven en instellingen heel direct in hun portemonnee. Gemeentelijke heffingen staan dan ook sterk in de politieke belangstelling.

Jaarlijks worden de belastingvoordelingen en de daarbij behorende tarieven vastgesteld. De raad heeft als bevoegd bestuursorgaan besloten dat de verordeningen en tarieven gelijktijdig met de begroting worden vastgesteld. In deze paragraaf wordt daarom een overzicht gegeven van de voorgestane wijzigingen met betrekking tot de gemeentelijke heffingen die van invloed zijn op de begroting 2016. Hoe hoog is de lokale belastingdruk? Hoe hoog worden de woonlasten?

Geraamde inkomsten (bedragen x €1.000)	Primaire begroting 2014	Herziene begroting mei 2014	Primaire begroting 2016
De inkomstenraming voor het totaal aan lokale belastingen bedraagt:	113.242.000	109.626.000	111.908.000

**Specificatie:**

	2014	2016	
Onroerendezaakbelastingen	45.186.000	45.186.000	46.898.000
Precario-belasting	821.000	823.000	842.000
Hondenbelasting	951.000	951.000	970.000
Toeristenbelasting	1.857.000	1.857.000	1.857.000
Standplaatsgeld autobussen	12.000	12.000	12.000
Kanaalrechten	36.000	36.000	65.000
Parkerbelastingen	6.557.000	9.174.000	9.616.000
Leges	12.239.000	10.226.000	10.465.000
Afvalstoffenheffing en reinigingsrechten	24.391.000	22.091.000	22.180.000
Rioolrechten	17.989.000	17.989.000	17.077.000
Begraafplaatsrechten	746.000	774.000	779.000
Marktgeden	659.000	659.000	600.000
Reclamebelasting	598.000	598.000	598.000

**Beleids en tariefstelling**  
 Met de vaststelling van de Kadernota 2016-2018 is ervan uitgegaan dat er bij de inkomsten geen andere dan autonome verhogingen zullen plaatsvinden.

**Woonlasten**  
 De woonlasten in Eindhoven behoren tot de laagste van de grote gemeenten. Dat houden we ook zo. We sturen op het totaal van de woonlasten (de onroerendezaakbelasting, de afvalstoffenheffing en de rioolrechten). Dit totaal stijgt niet meer dan trendmatig (2%).

2. PARAGRAFEN - 69

## 1. ORGANISATIE

### 1.1 Cijfers

**1.1.1 Grafiek 1.1 Personeelsaantallen 2012 - 2014**

**1.1.2 Tabel 1.1 Medewerkers 2014 naar geslacht en leeftijd**

Leeftijd	man	vrouw	totaal	% totaal
Jonger dan 30	21	30	51	2,7%
30 t/m 39	122	200	322	16,2%
40 t/m 49	260	351	611	31,2%
50 t/m 59	358	319	677	35,3%
60 >	178	78	256	13,4%
<b>Totaal</b>	<b>939</b>	<b>978</b>	<b>1.917</b>	<b>100%</b>

**1.1.3 Grafiek 1.2 Leeftijdopbouw 2014**

**1.1.4 Tabel 1.2 Medewerkers 2012 - 2014 naar geslacht**

Geslacht	2012	2013	2014
% man	50%	49%	49%
% vrouw	50%	51%	51%
<b>Totaal</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

gemeente Eindhoven | 9

**PHILIPS FRUITTUIN**

Philips fruituin  
 Oranjestad 14\*  
 Eindhoven  
 www.philipsfruituin.nl

**Besluiting door de boomgaard**  
 We lopen door de boomgaard, samen kijken, ruken, voelen wat we tegenkomen. Afhankelijk van de leeftijd besteden we meer aandacht allerlei dieren en insecten in de boomgaard (van mollen tot tijgen) of meer aan het milieu, aspecten van de teelt van fruit (biologische bestrijding van schadelijke insecten). Als het thema in de klas wordt voorbereid hebben de kinderen er mee aan.

**Thema**  
 Biodiversiteit en ruimtegebruik: productie, consumptie

**Niveau**  
 Volledig aanspreekbaar.

**Tijd**  
 Duurt 1 uur, half april - half oktober, niet op maandag, flexibel.

**Ouders**  
 Hartelijk welkom, niet per se nodig.

**Kosten**  
 Per kind € 1 voor rondleiding incl. appeltje en glaasje appelsap. Begeleiders gratis. Minimaal € 20 kinderen.

**Kerndoel**  
 35,40 en 41.

**Opgaven**  
 info@philipsfruituin.nl

**NATUURWERKPLAATS**

**Natuurwerkplaats Meerhoven**

Meerhof  
 Park Meerhoven  
 www.nw-nl

**Bomen ontdekken zien, voelen en horen in Meerhof**  
 Natuurwerkplaats Meerhoven leert kinderen leren via buitenlessen over de diversiteit aan bomen in het bosgebied in het bosgebied in Meerhoven. Ze kunnen een boom adopteren. Ze leren goed kijken, verschillen te zoeken en leren waarom die verschillen er zijn. Er kunnen door begeleiders op school of elders presentaties worden gegeven over de bomen in de verschillende seizoenen. De informatie is er op gericht dat kinderen een paar dingen goed onthouden en zo verwonderd raken dat ze terug willen komen.

**Thema**  
 Biodiversiteit en ruimtegebruik: Bij de behandeling van de functie van de boom in het ecosysteem komen meerdere aspecten en meerdere thema's aan de orde.

**Niveau**  
 Aanspreekbaar.

**Tijd**  
 Flexibel, maar vooral voorjaar en zomer.

**Ouders**  
 Per 10 kinderen één begeleider.

**Kosten**  
 € 2,50 per leerling.

**Kerndoel**  
 40.

**Opgaven**  
 kehoovis@aan.nl of 06-54783912

## EINDHOVEN HEEFT RUIMTE VOOR ICT-TALENT

Eindhoven barst van de energie. Van werklust. Van denkracht. En van plezier.

De stad verandert voortdurend. Wat niet verandert, is onze focus. Steevast is ons vizier gericht op de toekomst. De combinatie van kennis, techniek en design maakt Eindhoven bijzonder. Verbeelding, creativiteit en dadendrang gaan hier hand in hand. Daar plukken we de vruchten van. De gemeentelijke organisatie draagt daaraan bij. Door ruimte te bieden. Door samenwerken te stimuleren. En door mensen en partijen te verbinden. Daar draait het om.

Net zoals de gemeente Eindhoven verandert ook de sector Informatisering & Beheer. Ruim 125 ICT-professionals zijn continu aan de slag om de digitale dienstverlening te verbeteren. Ook hier gaat de lat omhoog. Het moet klant- en resultaatgericht en er komt meer ruimte voor innovatie. We zoeken ICT-professionals die deze omslag kunnen vormgeven en hebben vacatures voor:

**Leidinggevenden  
Strategen  
Demand managers**

Nieuwsgierig?  
Kijk op [www.eindhoven.nl/vacatures](http://www.eindhoven.nl/vacatures) voor de functiebeschrijvingen.

Aanpakke naar aanleiding van deze vacatures stellen we niet op prijs.



## OPENBARE AANBESTEDING WINTERDIENST GEMEENTE EINDHOVEN

De winterdienst omvat alle werkzaamheden die nodig zijn om de wegen in het strooiprogramma veilig en begaanbaar te houden, tijdens winterse omstandigheden.

→ Periode: 3 winterseizoenen vanaf 16 oktober 2015.  
→ Verlenging mogelijk met één tot maximaal drie winterseizoenen.  
→ Aanbesteding: [tenderned.nl](http://tenderned.nl) & [eindhoven.nl](http://eindhoven.nl)



Ons bereikte het droevige bericht van het overlijden van

## Cor van de Sneyscheut

Voor onze gemeente was Cor een gewaardeerd medewerker die zich tientallen jaren voor Eindhoven heeft ingezet. Bij de afdeling Geo-informatie & Kwaliteit Openbare Ruimte was hij jarenlang de drijvende kracht voor de informatievoorziening ten behoeve van het beheer en onderhoud van de openbare ruimte. Grote betrokkenheid en verantwoordelijkheidsgevoel kenmerkten hem.

Wij wensen de familie en allen die door dit zware verlies zijn getroffen veel sterkte toe in deze moeilijke tijd.

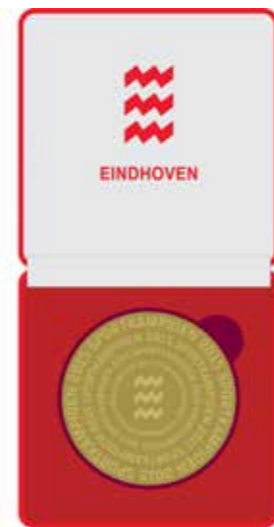
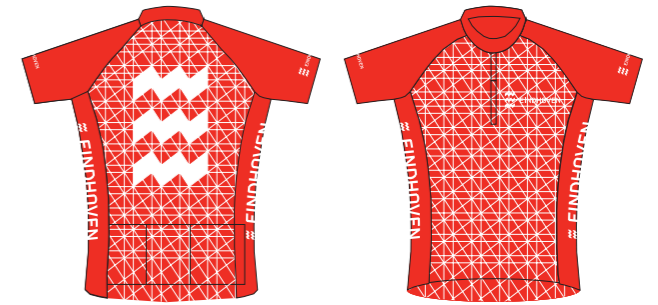
Het college van burgemeester en wethouders van Eindhoven



## REGEL HET THUIS MET DE GEMEENTE

Dat doe je thuis of mobiel bij het digitaal loket.

Kijk eens op [eindhoven.nl/digitaaloket](http://eindhoven.nl/digitaaloket)





# 7. SUBSTIJLEN

EINDHOVEN SPORT

LABELS

DUURZAAMHEID

## INHOUDSOPGAVE

EIGEN IDENTITEIT	97
EINDHOVEN SPORT	99
<b>Basiselementen</b>	<b>99</b>
- Vibes (logo/beeldmerk) met Eindhoven sport en eigen namen	100
- Kleur	103
- Typografie	105
- Corporate stijl	106
- Campagne stijl	108
- Actie stijl	110
<b>Fotografie</b>	<b>113</b>
- <i>Eindhoven sport</i> ; overzichtsfoto's met meerdere mensen en omgeving	
- <i>WIJ sporten</i> ; groepen mensen/groepssporten	
- <i>IK sport</i> ; individueel/portretten	
<b>Lay-out</b>	<b>119</b>
- Grids en voorbeelden	120
- Pamfletten/flyers	126
- Typografie Social Media	129
LABELS	130
DUURZAAMHEID	132

## Eigen identiteit

De sector Maatschappelijk Vastgoed en Sport, en dan speciaal de afdeling Sport, heeft in de gemeentelijke huisstijl jarenlang een eigen identiteit gehad. Een identiteit waarbij het lastig was een verband te leggen met de gemeentelijke organisatie. De Stijl van Eindhoven biedt onze organisatie een unieke kans om deze dynamische sector in te zetten voor het bouwen aan een positief imago. Sport biedt kansen. De stad heeft prachtige (inter)nationaal aansprekende accommodaties en heeft een veelkleurig netwerk van sportverenigingen, sommige ouder dan een eeuw. Dat hoef je als organisatie niet links te laten liggen, daar ben je trots op én dat geef je een goede 'eigen' plek in de hiërarchie van de Stijl van Eindhoven.



# EINDHOVEN SPORT

## BASIS

LOGO + EINDHOVEN SPORT

KLEUR

TYPOGRAFIE

CORPORATE

CAMPAGNE

ACTIE

## LOGO PLAATSING EN EIGEN NAMEN

### Vibes

De vibes worden altijd geplaatst in combinatie met Eindhoven sport of een ander naam. De verhouding van het logo staat hiernaast aangeven.

### Eindhoven sport

Bij alle uitingen vanuit de substijl Eindhoven sport wordt onderaan altijd 'Eindhoven sport' + vibes gebruikt. Mocht dit in verband met ruimtegebrek niet lukken, kan 'Eindhoven sport' weggelaten worden.

Eindhoven sport kan ook weggelaten worden als de kop Eindhoven sport is en de url eindhoven sport.nl al vernoemd is. Een derde keer is dan te veel van het goede.

### Eigen namen

Met acties kondigt de accommodatie aan dat voor een specifieke (doel)groep een bijzonder aanbod geldt.

Meestal betekent dit een aanbieding naast of bovenop het reguliere aanbod. De actie wordt in beeld en tekst aangekondigd. In de tekst wordt altijd de accommodatie en url genoemd. Ook de naam in het logo mag wisselen bijvoorbeeld Eindhoven sport wordt Eindhoven zwemt of Eindhoven schaatst etc.

### Extra logo's

Bij acties kunnen extra logo's en url's van de partners geplaatst worden. Dit gebeurt altijd in het (tekst)vlak onder de informatie. Nooit bij de vibes. (zie voorbeelden bij actie)

Eindhoven  
sport



graag nog voorbeelden  
aanleveren:

- min/max. witruimte aangeven tussen het logo, en rondom het logo
- van juiste plaatsing logo in vlak buiten vlak afstand tot vlak etc.
- vibes en andere namen zoals bv. Eindhoven zwemt etc.

hetzelfde idee als  
op pagina 52/53

graag nog voorbeelden  
aanleveren:

- min/max. witruimte aangeven  
tussen het logo, en rondom  
het logo

- van juiste plaatsing  
logo in vlak buiten vlak  
afstand tot vlak etc.

- vibes en andere namen zoals  
bv. Eindhoven zwemt etc.

hetzelfde idee als  
op pagina 52/53

## KLEUR

### Primaire kleuren

Eindhoven sport maakt een duidelijke keuze uit het kleurenpalet; dat palet is speciaal voor onze organisatie ontwikkeld.

Eindhoven sport past geel toe in een range van zes kleuren oplopend van PMS 127 t/m PMS 7553.

De achtergrond kleuren zijn vrij te gebruiken. Er wordt geen onderscheid gemaakt tussen zwemmen, schaatsen, sport enz.

### Secundaire kleuren

De kleuren rood (PMS485), zwart en wit worden in specifieke verhoudingen toegepast in combinatie met de primaire kleur.

### cultuur, vrije tijd en sport

Winkelcentra's, hotels, restaurants, cafes, uitgaansleven, catering, evenementen, cultuur, kunstgalerijen, design expo's, bioscopen, toerisme, games, urban sports, sportaccommodaties, ...



Pantone GOE ----  
Pantone PMS ----

CMYK: 60 50 100 70  
RGB: 60 51 18  
#3C3312

RAL: ----  
NCS: S 7020-G90Y



Pantone GOE 1-5-7 U  
Pantone PMS 7553

CMYK: 15 19 91 50  
RGB: 80 68 7  
#504407

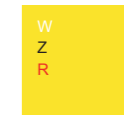
RAL: 095 40 30  
NCS: S 6030-Y



geen Pantone GOE  
Pantone PMS 118

CMYK: 5 15 100 27  
RGB: 154 130 22  
#9A8216

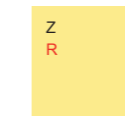
RAL: 070 50 30  
NCS: S 4040-Y



Pantone GOE 3-1-5 U  
Pantone PMS 114

CMYK: 0 7 93 0  
RGB: 243 193 31  
#F3C11F

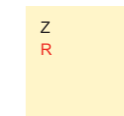
RAL: 080 80 80  
NCS: S 1060-Y10R



Pantone GOE 4-1-1 U  
Pantone PMS 127

CMYK: 0 5 57 0  
RGB: 255 234 130  
#FFEA82

RAL: 095 90 50  
NCS: S 0540-Y10R



Pantone GOE 4-1-1 U  
Pantone PMS 127

CMYK: 0 2 30 2  
RGB: 253 245 202  
#FFEA82

RAL: 085 90 30  
NCS: S 0520-Y10R

## TYPOGRAFIE

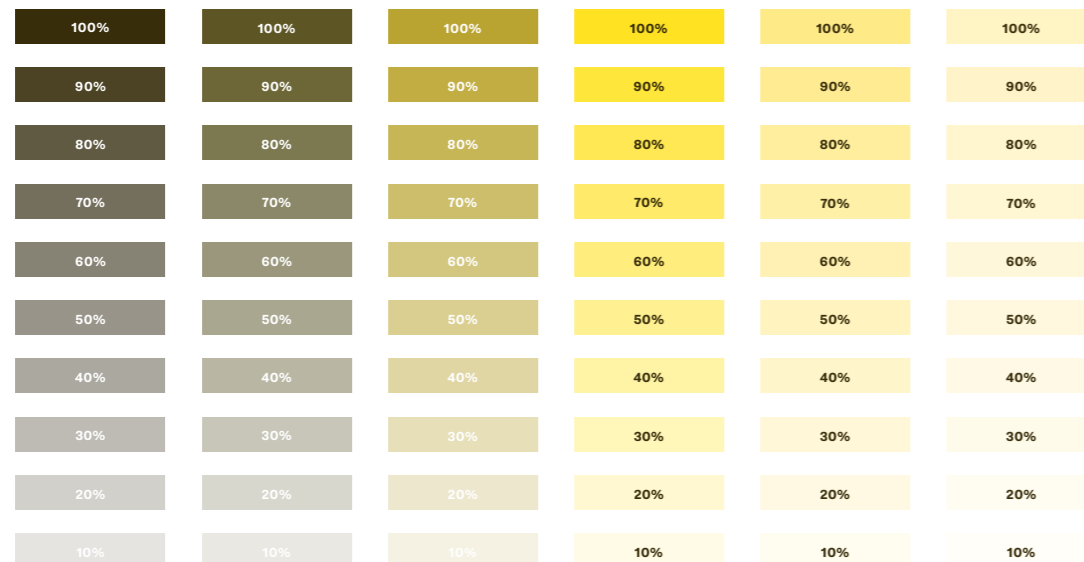
### Standaard

Voor typografie en taal gebruik gelden dezelfde regels als voor gemeente Eindhoven en Stad. Van pagina 28 t/m 39 wordt alles uitgelegd.

### Juiste schrijfwijze van de accommodaties?

Het heeft de voorkeur om accommodaties zo kort mogelijk weer te geven (Tongelreep ipv Nationaal Zwemcentrum de Tongelreep). Waar het kort kan, wordt dus de korte versie gebruikt ivm leesbaarheid, zeker in de stad zelf en de regio. In zakelijke communicatie wordt wel vaker de lange versie gebruikt. Maar bijvoorbeeld in een advertorial wordt eerst de merknaam 1x lang in inleiding benoemd en daarna de verkorte merknaam. In advertenties worden standaard de korte namen benoemd, tenzij het onderwerp (inter-) nationaal en corporate is en echt 'zwaar' moet benadrukken dat het om het 'National Swimming Centre' met internationale allure gaat. Bijvoorbeeld voor internationale evenementen.

Er wordt onderscheid gemaakt tussen 'Eindhoven sport' en 'Eindhoven sport'. In principe wordt altijd 'Eindhoven sport' (als werkwoordsvorm) gebruikt, echter in teksten kan ook 'Eindhoven Sport' worden gebruikt om het duidelijk als merknaam neer te zetten.



## CORPORATE

De keuze voor uitbreiding van de gemeentelijke Stijl van Eindhoven met een doorontwikkeling voor Sport krijgt vorm op drie niveaus. Corporate, campagne en actie.

*Alle uitingen kunnen in de corporate stijl vormgegeven worden, wanneer je een verbijzondering, extra aandacht wil trekken of een specifiekere doelgroep wil benaderen kun je de variant campagne of actie inzetten.*

De corporate variant maakt een duidelijke keuze uit het kleurenpalet; dat palet is speciaal voor onze organisatie ontwikkeld, kijk hiervoor op pagina's 22 tot met 26. Sport past geel toe in een range van zes kleuren oplopend van PMS 127 t/m PMS 7553. Deze kleuren worden in specifieke verhoudingen toegepast in combinatie met rood (PMS485), zwart en wit.

De belangrijkste stijlelementen die altijd gebruikt worden zijn het grid, de typografie (Eindhoven type & Nitti) en het plaatsen van de vibes met Eindhoven sport.



## TARIEVEN TONGELREEP

### Per bezoek

- 0 t/m 3 jaar	€ 4,00
- 4 t/m 64 jaar	€ 11,00
- Vanaf 65 jaar (legitimatiebewijs)	€ 5,00
Gezinskaart (4 personen, minimaal 1 volw.)	€ 33,00
Dagcombikaart (zwemmen/schaatsen)	€ 12,50
Kledingkluisje	€ 0,50
Kortingstarief* (maandag 13.00 - 18.00 uur)	€ 3,00

### Abonnementen en passe-partouts\*\*

Abonnement 3 maanden	€ 73,00
Abonnement 6 maanden	€ 146,00
Passe-partout (12 maanden geldig)	€ 2,00
Bijbetaling per bezoek	€ 2,00
- 0 t/m 12 jaar	€ 50,00
- 13 t/m 54 jaar	€ 60,00
- Vanaf 55 jaar	€ 50,00

\* Geldig op vertoon van je stads pas (voorzien van goedgekeurd pasfoto). Het kortingstarief is niet geldig in schoolvakanties en op feestdagen.  
 \*\* Bij aankoop van een passe-partout of abonnement dien je je stads pas (voorzien van een goedgekeurd pasfoto) en een geldig legitimatiebewijs mee te nemen.  
 Ook geldig bij Usportcentrum Eindhoven en Ottenbad.

Eindhoven sport

voorbeeld nog aanleveren



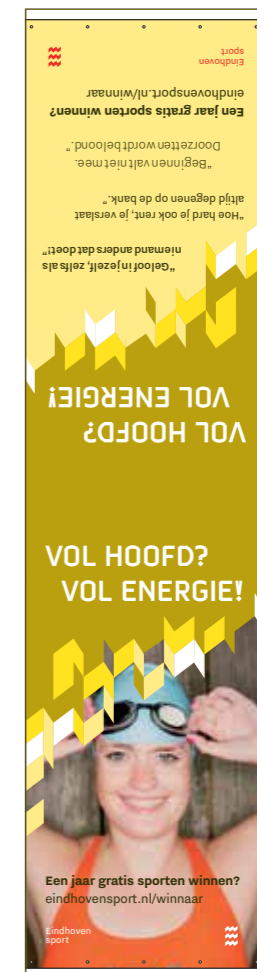
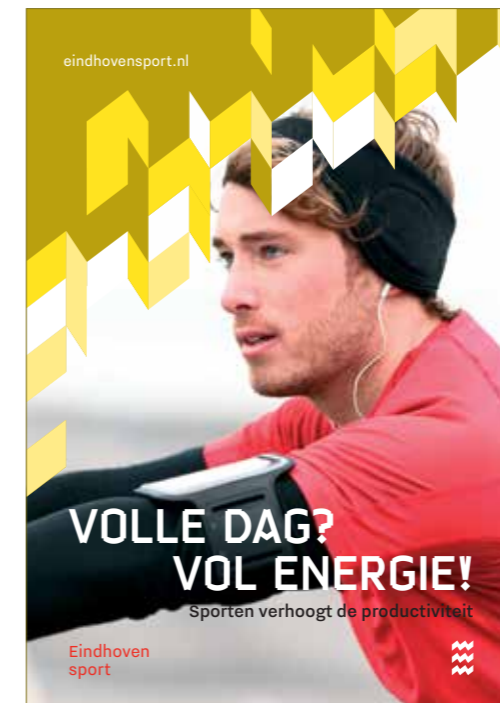
voorbeeld nog aanleveren

## CAMPAGNE

Campagnes zijn een verbijzondering van de corporate stijl.  
*Ze zijn vaak seizoens- of evenementgebonden.*

Het grid wordt minder prominent toegepast. Er is ruimte voor ontwikkeling en creativiteit.

Een ander kenmerk van een campagne uiting is tekstueel: het bevat een pakkende tekst, url van de accommodatie-naam en wordt ondertekend met 'Eindhoven sport' en logo (vibes).



## ACTIE

Met acties kondigt de accommodatie aan dat voor een **specifieke (doel)groep** een bijzonder aanbod geldt.

*Meestal betekent dit een aanbieding naast of bovenop het reguliere aanbod.*

De actie wordt in beeld en tekst aangekondigd, incl. datum of periode, de accommodatie waarvoor het van toepassing is, met 'Eindhoven sport' en logo (vibes). Alles op een vaste plek op het medium.

*Acties lenen zich uitstekend om beeld te integreren in de boodschap.*

Toegepaste letterfonts zijn: Eindhoven type en Nitti.





# EINDHOVEN SPORT

# FOTOGRAFIE

EINDHOVEN SPORT

WIJ SPORLEN

IK SPORT

## FOTOGRAFIE

De fotografie van Eindhoven Sport sluit aan bij de corporate fotografie van gemeente Eindhoven. De fotografie voor Eindhoven Sport is gecommuniceerd ook in drie lagen.

### Algemeen Eindhoven sport

Maakt gebruik van overzichtfoto's met meerdere mensen die sporten. Deze vorm is informatief en de algemene corporate stijl van Sport.

### Wij sporten

Zoemt in op groepjes mensen/vrienden om emotie en saamhorigheid te laten uitstralen; dat het fijn is om te sporten, voor lichaam en geest en sociale contacten.

### Ik sport

Zoemt nog verder in op een specifieke sport op de actie van de persoon, de eenvoud, kracht en detail van de sport.

Zie hieronder een aantal voorwaarden voor het gebruik van beelden binnen Eindhoven Sport:

Emotie en echtheid staan centraal, geen overdadige of overbodige dingen op foto's laten zien. *Bijvoorbeeld: kinderen + volwassenen + muts + wanten + winterjas + ijsbaan + schaatsen + rekje + warme chocolade etc. dit is te veel voor één foto! Het brein heeft een natuurlijk vermogen om afbeeldingen af te maken, dus overbodige attributen zijn te veel. De kunst van het weglaten!*

Verschillende leeftijden, generaties, multicultureel, vrouwen en mannen, persoonlijke en groepsfoto's; de diversiteit van Eindhoven.

De randvoorwaarden zijn hetzelfde even als het gevoel wat uit de fotografie naar voren moet komen. Hiervoor kun je kijken op pagina's 41 t/m 44.







# EINDHOVEN SPORT

## LAY-OUT

GRID

PAMFLETTEN/FLYERS

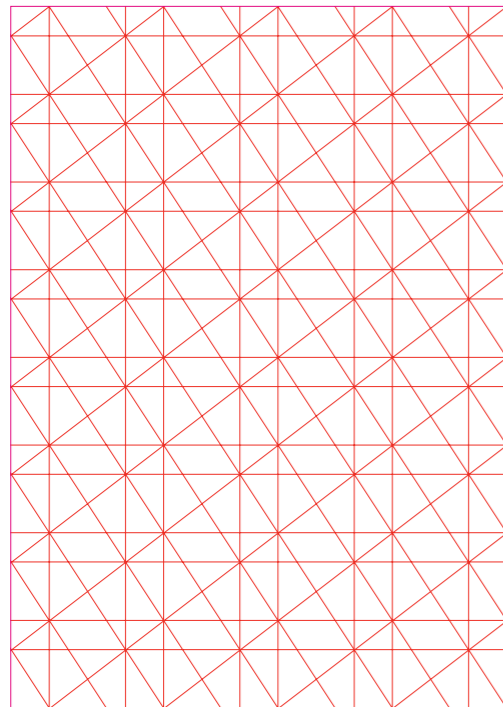
ETRA TYPOGRAFIE

## CORPORATE GRID

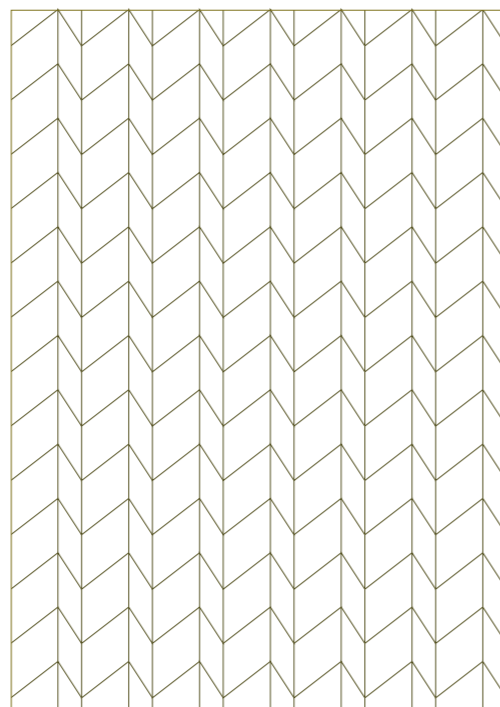
Het grid voor Eindhoven sport is op basis van het corporate grid gemaakt. Dit begint altijd met een heel vlakje links en eindigt met een half vlakje rechts. Het grid past altijd netjes in het formaat. Het logo heeft voldoende ruimte om zich heen en hangt aan het grid rechts. De tekst Eindhoven sport wordt altijd links geplaatst. Het logo en de tekst worden altijd in het rood geplaatst. De gekleurde vlakjes kunnen naar eigen ontwerp ingekleurd worden binnen het kleurencompas geel van Eindhoven sport. De vlakjes worden niet in de buurt gebruikt van het beeldmerk.

In de voorbeelden staat hoe het grid altijd gebruikt wordt.

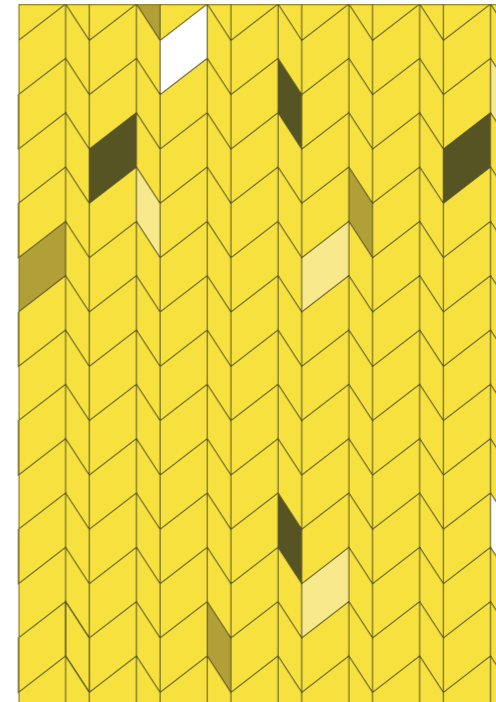
Corporate grid  
gemeente Eindhoven



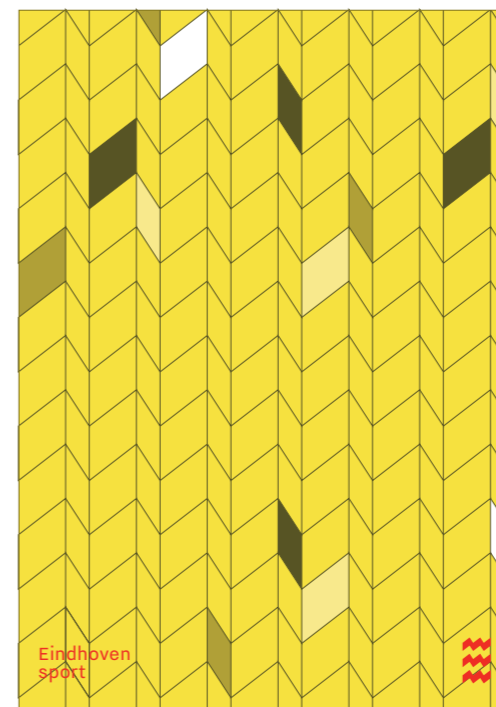
Corporate grid  
Eindhoven sport



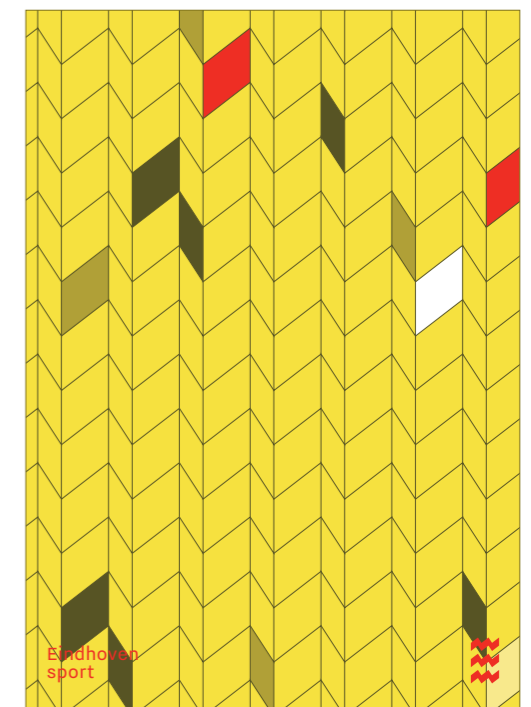
Grid corporate



WEL



NIET



## CAMPAGNE GRID

Het campagne grid voor Eindhoven sport is op basis van het corporate grid gemaakt. Ze begint altijd met een heel vlakje links en eindigt met een half vlakje rechts. Het grid past altijd netjes in het formaat. Het logo heeft voldoende ruimte om zich heen en hangt aan het grid rechts en onder. De tekst Eindhoven sport wordt altijd geplaatst links. Het logo en de tekst worden altijd in het rood geplaatst, iv.m. leesbaarheid mag het ook in wit of zwart geplaatst worden.

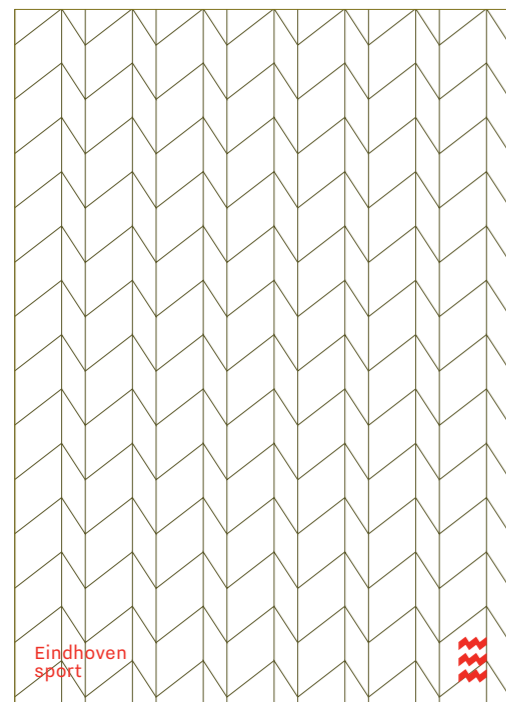
Het grid is vrij in te vullen binnen een campagne en heeft dus niet altijd dezelfde uitstraling. Het onderliggende grid van lijnen is wel altijd hetzelfde. Bij het gebruik van het campagnegrid graag de volgende regels toepassen:

- Vibesgrid verdichting op één plaats zo veel mogelijk voorkomen.
- Grid niet gebruiken om 'illustraties' te creëren.
- Er mag binnen campagnes afgeweken worden van het gele kleurpalet, alleen als het (fotografie)beeld daarom vraagt. Anders niet wenselijk!

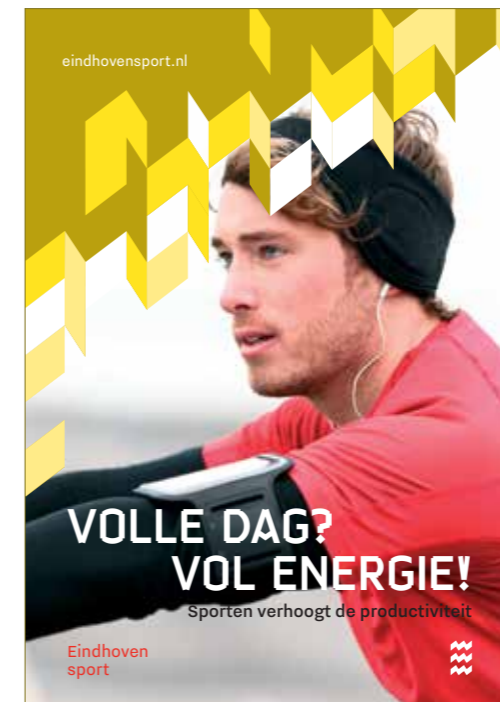
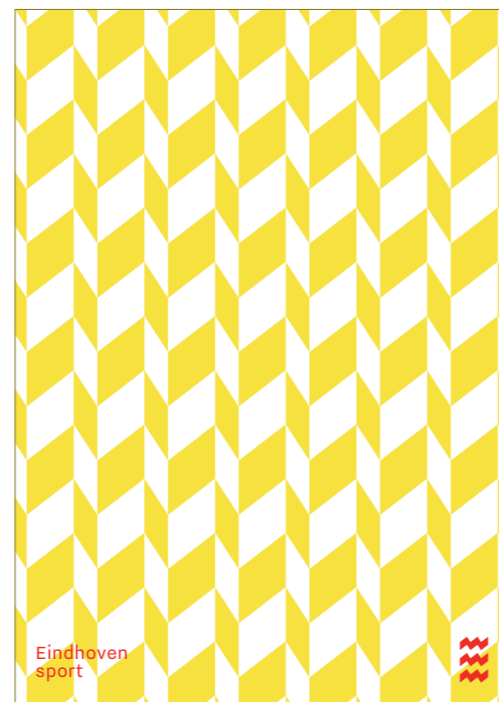
*Soms vallen acties binnen een lopende campagne, dan komen de acties in dezelfde vormgeving als die van de campagne (zie voorbeeld schoolzwemkampioenschappen en pag. 105).*

In de voorbeelden staat hoe het onderliggende grid van lijnen altijd gebruikt wordt. Verder mag het grid naar eigen creativiteit ingevuld worden.

WEL



NIET



## ACTIE GRID

Het actie grid voor Eindhoven sport is op basis van het campagne grid gemaakt. Ze begint altijd met een heel vlakje links en eindigt met een half vlakje rechts. Het grid past altijd netjes in het formaat. Het logo heeft voldoende ruimte om zich heen en hangt aan het grid rechts. De tekst Eindhoven sport wordt altijd geplaatst links. Het logo en de tekst worden altijd in het rood geplaatst, iv.m. leesbaarheid mag het ook in wit of zwart geplaatst worden.

*De vlakjes in het grid zijn wit. Het grid heeft altijd een verloop van wit 80% naar transparant (geen kleur).*

*Binnen een actie proberen we altijd een foto te gebruiken.*

*Een foto die te maken heeft met de actie, deze loopt onder het grid door.*

*Het grid staat in de actie vorm vast en is niet vrij in te vullen, tenzij de actie binnen een campagne valt.*

Wanneer de actie los en op zichzelf staat, valt het binnen deze uitstraling (zie voorbeelden). Het onderliggende grid van lijnen is overal hetzelfde het verloop van het grid is ook altijd hetzelfde. Het grid kan van boven naar beneden lopen en anders om, dit ligt aan de foto.

WEL



NIET



## FLYER/PAMFLETTEN GRID

Het flyer grid voor Eindhoven sport valt binnen het corporate grid. Ze begint altijd met een heel vlakje links en eindigt met een heel vlakje rechts. In het midden staat een vlak waarin de kop en bodytekst geplaatst wordt. Het logo met Eindhoven sport staan op het vlak uitgelijnd en op het grid uitgelijnd. Het logo met Eindhoven sport en de url in het vlak worden altijd in het rood geplaatst.

In de voorbeelden staat hoe het grid altijd gebruikt wordt.

### Partners

Zodra er uitingen worden gemaakt voor evenementen/project in samenwerking met partners, wordt het logo onderaan in het witte vlak of gele geplaatst.

Logo formaat t.o.z. van de vibes?



## Grid flyers/pamfletten coporate



Grid flyers/pamfletten actie

**JEUGDSCHAATSPAS**

Val jij in de leeftijdscategorie 4 tot en met 18 jaar? Dan kun jij nu heel voordelig schaatsen dit hele seizoen. Van 20 t/m 22 november koop je bij IJssportcentrum Eindhoven een Jeugdschaatspas voor slechts € 38,50 in plaats van € 42,50. Met de Jeugdschaatspas kun je naast onbeperkt recreatief schaatsen, ook komen discoschaatsen op vrijdagavond. Het schaatsseizoen loopt tot 28 maart 2016.

**Jeugschaatspas aanvragen**  
Als je van deze pas gebruik wilt maken, willen we je verzoeken om met je stadspas naar IJssportcentrum Eindhoven te komen. De jeugdschaatspas wordt dan direct op je stadspas geactiveerd.

Heb je nog geen stadspas? Niet getreurd! Deze kun je aanvragen bij de gemeente op eindhoven.nl.

Tot ziens in IJssportcentrum Eindhoven!

[ijsportcentrum.nl](http://ijsportcentrum.nl)



**NASCHOOLSE ACTIVITEITEN**

Sporten na school? Dat kan! Sportformule biedt naschoolse activiteiten aan op deze basisschool om kinderen kennis te laten maken met verschillende sporten. Plezier en beweging staat bij ons voorop!

Jij kunt jouw kind online inschrijven voor een naschoolse activiteit van deze periode. Op de website staat een overzicht van alle naschoolse activiteiten per basisschool in Eindhoven en omstreken. Kies jouw basisschool, activiteit en meld je aan!

**Online inschrijven**

1. Ga naar [sportformule.nl](http://sportformule.nl)
2. Klik op: naschoolse activiteiten
3. Selecteer de school van uw kind
4. Klik op: bekijk activiteiten
5. Kies het naschoolse aanbod
6. Bekijk het aanbod en klik op: aanmelden
7. Vul het formulier in en klik op: aanmelden

[sportformule.nl](http://sportformule.nl)



**GP BULLS TOERNOOI**

**INTERNATIONAAL ELEKTRISCH ROLSTOELHOCKEY**

**27 T/M 31 AUGUSTUS 2015**

Indoor-Sportcentrum Eindhoven  
[gpbulls.nl](http://gpbulls.nl)




voorbeeld nog aanleveren

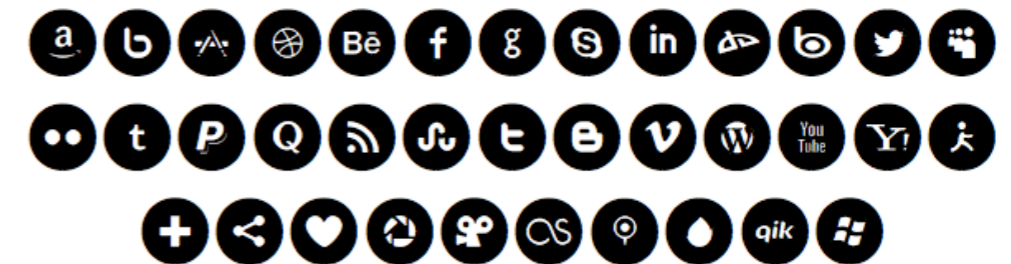
EXTRA TYPOGRAFIE

Url accommodaties

De verschillende sportaccommodaties vallen allemaal onder de gemeente en hebben geen ander (eigen) logo meer. Vanuit alle sportaccommodaties wordt 'Eindhoven sport' + vibes gebruikt. Om toch duidelijk te maken voor welke accommodatie (bijvoorbeeld de Tongelreep) er gecommuniceerd wordt, wordt altijd de url van de accommodatie toegevoegd aan de uitingen.

Social Media

Op de Eindhoven sport website en flyers (digitaal) worden Social Media icoontjes gecommuniceerd. Op andere uitingen wordt dit niet toegepast. Het letterfont **Socialico** wordt hiervoor gebruikt.



## EIGEN LABELS

### Label & logo

De corporate Stijl van Eindhoven heeft als uitgangspunt dat andere gemeentelijke logo's overbodig zijn. Binnen de corporate Stijl gebruiken we zogenoemde 'labels' om projecten of campagnes te duiden.

Als uitgangspunt nemen we het label dat voor Meerhoven is ontwikkeld. Dit label bepaalt de maat voor alle volgende projecten.

De winst voor gemeente en stad is dat een eenduidige stijl van communiceren in woord en beeld gebruikt wordt. Ook bespaart het de organisatie de telkens terugkerende zoektocht naar een nieuw ontwerp.



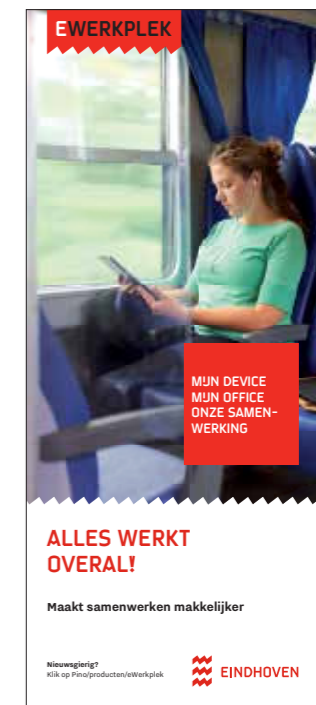
#### ZO IS HET GECONSTRUEERD

PLAATSING ALTJD AFLOPEND AAN DE BOVENZUDE

WOORDMERK STAAT OP DE HOOGTE VAN 1 VIBE VAN DE ONDERZUDE



DE 'KARTELRAND' BESTAAT UIT DRIE HORIZONTAAL GEPLAATSTE EN VERBONDEN VIBES UIT HET BEELDMERK VAN EINDHOVEN



## DUURZAAMHEID

### Kleur

Voor het 'label' duurzaamheid binnen de gemeente Eindhoven is een specifieke kleur groen vastgesteld. Deze kleur is los van het basis kleurenpalet bepaald en dient niet te worden verward met het groene uit het palet op pagina 36. Het is niet toegestaan deze 'duurzaam groen' toe te passen op communicatie items buiten het 'label' duurzaamheid.



Pantone GOE 118-2-6  
Pantone PMS 7740

CMYK: 63 1 90 10  
RGB: 65 125 60  
#417D3C

RAL: 6017  
NCS: S 4040-G30Y