



Voorwoord

Deze implementatiegids omvat een aantal richtlijnen die bedoeld zijn de visuele elementen van het imago van Waterschapsbedrijf Limburg te bewaren en te bewaken. Een visuele consistentie is de eerste voorwaarde voor een eenduidige communicatie. Kleurgebruik, typografie, de signatuur en plaatsing van het logo moeten door iedereen op dezelfde manier gebruikt worden.

Deze richtlijnen bepalen hoe de verschillende elementen van de huisstijl van Waterschapsbedrijf Limburg in gedrukte en online communicatie gebruikt dienen te worden.

Door deze richtlijnen te respecteren ontstaat er een sterke, herkenbare communicatiestijl.

Wanneer er vragen zijn omtrent het gebruik van de huisstijl elementen of de toepassing hiervan, neem dan contact op met:



C-community bv | Overheek 56 | 6343 PC Klimmen

+31 45 405 88 00
info@c-community.com
www.c-community.com

Index

00. Voorwoord	03
01. Logo & pay-off	07
1.1 Logo opbouw	09
1.2 Logo varianten	11
1.3 Pay-off	13
02. Branding elements	15
2.1 Kleur	16
2.2 Typografie	17
2.3 Druppel element	18
2.4 Gradients	19
2.5 Kadering	20
2.6 Vlakgebruik	21
03. Stationary tools	23
3.1 Visitekaartje	24
3.2 Huisstijl kleuren	25
3.3 Rapporten	26
3.4 PowerPoint	27
3.5 Narrow casting	28
3.6 Digital signature	29
04. Externe communicatie middelen	31
4.1 Belettering op gebouw	32
4.2 Bewegwijzering locaties	33
4.3 Bedrijfskleding	34
4.4 Roll-up banners	35
4.5 Banners	36
4.6 Presentatie backwall	37
4.7 Bedrijfsblad	38
4.8 Kalender	39
4.9 Bedrijfswagens	40
4.10 Website	42
4.11 Pennen	44

01. Logo & pay-off





1.1 Logo opbouw

Het Waterschapsbedrijf Limburg logo is het meest primaire onderdeel van de huisstijl. Dit logo bestaat uit het beeldmerk van de drie letters WBL en het woordmerk van de volledige bedrijfsnaam "waterschapsbedrijf limburg."



Het Waterschapsbedrijf Limburg beeldelement is ontstaan vanuit de abstracte W die ook is terug te vinden in het logo van het moederbedrijf Waterschap Limburg. De kleuren in het logo zijn terug te voeren op de verschillende manieren van verwerken die binnen Waterschapsbedrijf Limburg plaatsvinden (zie 2.1 in dit document). De B komt als het ware uit de W naar voren en geeft de dynamische houding weer van Waterschapsbedrijf Limburg ten opzichte van haar partners en het afvalverwerkingsproces.



1.2 Logo variant

Het Waterschapsbedrijf Limburg logo is beschikbaar in 2 logo varianten, namelijk een horizontaal en een verticaal logo. Het gebruik van een bepaald type logo wordt bepaald door de drager. Waar de ruimte op de drager het toestaat, wordt bij voorkeur altijd het horizontale logo gebruikt, waarbij het woordmerk en pay-off rechts van het beeldmerk staan.



Horizontale logo variant

Bij dragers waar de ruimte te beperkt is voor het gebruik van het horizontale logo wordt de verticale logo variant gebruikt. Bepalend bij het kiezen van een logo variant is de grootte en leesbaarheid van de pay-off. Deze moet op alle uitwerkingen duidelijk leesbaar blijven.



Verticale logo variant

An aerial photograph of a wastewater treatment plant. The facility features several large, circular, light-colored concrete tanks. One tank in the foreground has a grey, ribbed metal cover. A network of blue pipes and metal walkways connects the tanks. To the left, there are several blue storage containers and a yellow truck. The plant is surrounded by lush green trees and vegetation. In the background, there are industrial buildings and a parking lot. The text "water. samen halen we er meer uit" is overlaid in white on the image.

water. samen halen we er meer uit



1.3

Pay-off

Bij een vernieuwde huis- en communicatiestijl hoort natuurlijk een opgefrishte pay-off die de meerwaarde van Waterschapsbedrijf Limburg duidelijk maakt. Deze pay-off kan worden toegevoegd aan het Waterschapsbedrijf Limburg logo of moet als headliner in een beeld gebruikt worden in de content die gepaard gaat met het logo. De pay-off mag niet alleenstaand gebruikt worden.

“water. samen halen we er meer uit”

“Water” staat aan de basis van het gehele bewerkingsproces van Waterschapsbedrijf Limburg. Het woord “water” wordt vooraan geplaatst en gevolgd door een punt. “samen” refereert aan de samenwerking met haar partners als mede aan de bedrijfssfeer, die er bij Waterschapsbedrijf Limburg te vinden is. “halen we er meer uit” geeft betekenis aan de gelaagdheid in het zuiveringsproces. Zo worden er letterlijk afvalstoffen, nutriënten en slib uit het afvalwater gehaald. Figuurlijk doelt het op de waarde, die er wordt gecreëerd op basis van deze extracten.

02.

Branding elements



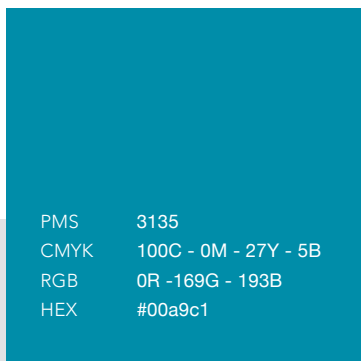
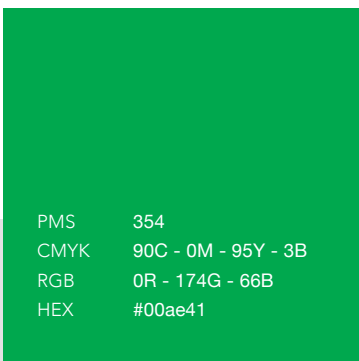
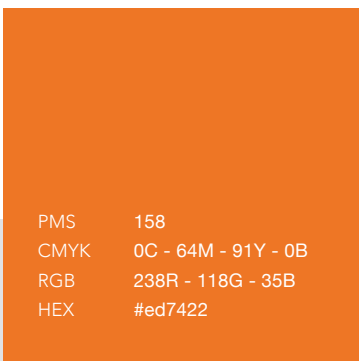
2.1 Kleur

Kleur heeft een sterke, onbewuste invloed op de lezer. Herkenning van een merk gebeurt vaak op dit basisniveau. Daarom is kleur een zeer belangrijk onderdeel binnen elke huisstijl.

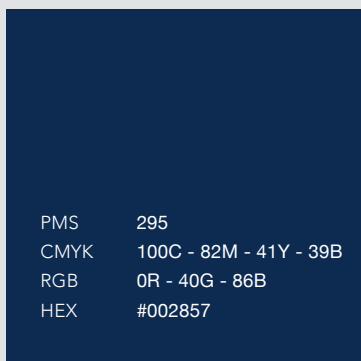
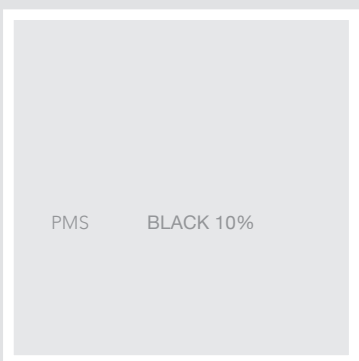
De huisstijl van Waterschapsbedrijf Limburg kent drie hoofdkleuren, waarvan een basiskleur te weten blauw (Waterschap Limburg). Groen en oranje zijn de opvolgende kleuren ter ondersteuning van de nutriënten winning en energie opwekking.

De algehele kleurstelling is fris en dynamisch en sluit goed aan bij het innovatieve karakter dat Waterschapsbedrijf Limburg wilt communiceren en uitdragen.

Primary colors

		
PMS 3135	PMS 354	PMS 158
CMYK 100C - 0M - 27Y - 5B	CMYK 90C - 0M - 95Y - 3B	CMYK 0C - 64M - 91Y - 0B
RGB 0R - 169G - 193B	RGB 0R - 174G - 66B	RGB 238R - 118G - 35B
HEX #00a9c1	HEX #00ae41	HEX #ed7422

Secondary colors

	
PMS 295	PMS BLACK 10%
CMYK 100C - 82M - 41Y - 39B	
RGB 0R - 40G - 86B	
HEX #002857	

2.2

Typografie

Naast het consequent gebruik van logo en kleur is ook het lettertype een essentieel onderdeel van de Waterschapsbedrijf Limburg huisstijl. Een lettertype en de grootte van een letter (corpsgrootte) bepalen de herkenbaarheid van Waterschapsbedrijf Limburg. De toepassingen van het gebruik van de typografie liggen daarom ook vast binnen de huisstijl.

De Waterschapsbedrijf Limburg huisstijl maakt gebruik van twee verschillende lettertypes: voor offline uitingen zoals het professioneel drukwerk wordt Avenir Next bold en Avenir gebruikt. Headers worden in Avenir Next bold variant uitgevoerd en paragraaf tekst zal worden uitgevoerd in een light variant van Avenir font. Online lettertypes worden op een later moment nog gedefinieerd.

Header font

AaBbCc1234
Avenir Next bold

**At veriti doluptus est aut ant
antium quae et moloria solup-
ta vPore plitaec totatis**

Paragraph font

AaBbCc1234
Avenir light

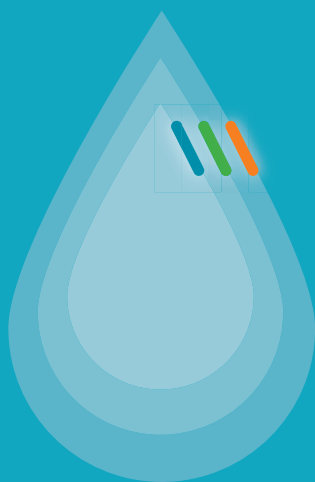
At veriti doluptus est aut ant antorum quae
et moloria solupta vPore plitaec totatisOrum
quatetet pre, nesti ut a sae re vent volum
quatem corisi intia quaturi oreiumquiat
ipsuntincit quia quaspiet iliquo venecto tat

2.3

Gelaagde druppel

Om het bewerkingsproces van water beter te kunnen verduidelijken hebben we gekozen om naast de kleurcodering in het logo ook nog een druppel te ontwikkelen, die in combinatie met de slogan (water. samen halen we er meer uit) een visuele vertaling geeft van het basis streven van Waterschapsbedrijf Limburg.

De gelaagdheid in dit beeldmerk geeft samen met zijn transparantie een licht en open karakter dat in combinatie met het frisse kleurgebruik een energiek beeld vormt dat goed past bij Waterschapsbedrijf Limburg.



2.4

Gradients

De drie basiskleuren in het logo worden in de huisstijl aangevuld door het gebruik van gradients, die opgebouwd zijn vanuit iets lichtere varianten van deze kleuren. Een gradient is erg geschikt voor het overbrengen van het watergevoel dat zacht en vloeiend is.

In de basis van de huisstijl wordt de gradient met totale kleurbereik gebruikt als achtergrond voor prominente vlakken zoals 3.1 visitekaartje.



Gradient met totale kleurbereik

In communicatie van de verschillende bewerkingsfases in het zuiveringsproces kan er ook gebruik gemaakt worden van de twee kleuren gradients, zoals hieronder weergegeven.



Gradient blauw / groen



Gradient groen / oranje



Gradient oranje / rood

2.5 Kadering

In een huisstijl zijn er dikwijls kleine elementen die de herkenbaarheid bevorderen. Een van deze elementen is afkadering van vlakken en foto's. Voor Waterschapsbedrijf Limburg hebben we een golvend lijn gekozen om deze primaire herkenbaarheid (en onderscheidend vermogen t.o.v. Waterschap Limburg en WML) te vergroten.

De golf kan vrij worden gebruikt in het kaderen van vlakken of foto's met als basisregel dat het altijd maar aan één zijde van het vlak wordt gebruikt.



Voorbeeld fotokadering met golf

2.6 Vlakgebruik

De fotoplaatsing binnen de communicatiemiddelen van Waterschapsbedrijf Limburg is flexibel. Om de plaatsing te verstevigen wordt er op layouts gebruik gemaakt van grijze vlakken die de verbinding leggen tussen tekst en beeld (zoals ook terug te zien in de opmaak van deze huisstijlgids).



Sum endebitam dem illuptat
estibus ex eossintur, comnitiis
dolorem pernatem fugit qui
dolorec ullorer umquatis di
oditaquatque quiata quo volorpo
repratiunt, eos es et, inciant.

Voorbeeld grijze achtergrond vlak ter bevordering van
samenhang in de layout

03. Stationary tools

3.1

Visitekaartjes

Ondanks de digitalisering zijn visitekaartjes vandaag de dag nog steeds een belangrijk communicatiemiddel. Het is een praktische manier om contactgegevens te verspreiden en ideaal om een gesprek mee af te sluiten. Visitekaartjes zijn een onmisbare netwerk- en communicatietool.

Elk visitekaartje maakt gebruik van hetzelfde stramien. Op deze wijze wordt efficiënt en systematisch waarde en informatie gecommuniceerd naar de ontvanger. Het straalt in één oogopslag de sfeer, inhoud en boodschap van het bedrijf uit.

De voorzijde van het visitekaartje wordt benut om de missie & visie en het specialisme van Waterschapsbedrijf Limburg naar de ontvanger te communiceren.



Informatieve achterzijde



Missie / Communicatie op voorzijde

3.2

Briefpapier



Bezoekadres
Maria Theresialaan 99
6043 CX Roermond

Postadres
Postbus 1315
6040 KH Roermond
Antwoordnummer 1067
6040 VB Roermond

Contact
T 088-8420000
E info@wbl.nl

Maasstad Nederland BV
Afdeling logistiek
De heer A.B.C.D. Zalm
Postbus 1100
9999 AA DENSTRUİK

Maasstad, 1 januari 2013

Betreft: factuur nr. 256987

Geachte heer/mevrouw,

In uw brief van 13 november jl. vraagt u naar de juiste indeling van een zakelijke brief. Graag stuur ik u dit voorbeeld. In de bijlage vindt u een uitleg over de richtlijnen voor het correct indelen van een zakelijke brief.

Een brief behoort ingedeeld te zijn in alinea's met daarin een inleidende alinea, eventueel een tweede en derde alinea en een slotalinea. Bovenaan de brief vermeldt u uw adres en dat van de geadresseerde, de datum en de aanhef. U sluit de brief af met uw naam en handtekening.

In de bijlage staat een uitgebreidere uitleg over het indelen van een brief. Hierin geef ik per briefonderdeel een beschrijving. Ik vertrouw erop u hiermee voldoende te hebben geïnformeerd.

Hoogachtend,



Mijn naam

Bijlage: uitleg briefindeling



ISO 9001
ISO 14001
OHSAS 18001

Waterschapsbedrijf Limburg is een dochteronderneming van Waterschap Limburg

www.wbl.nl

3.3 Rapporten

Op basis van office templates zullen interne en externe rapporten en PowerPoint presentaties worden voorzien van een geüpdatete huisstijl. Centraal beheerde fotografie (beeldbank) zal invulling moeten geven aan het basisfotografie gebruik voor Waterschapsbedrijf Limburg.



3.4

PowerPoint



waterschapsbedrijf
limburg

water. samen halen we er meer uit

PowerPoint Title

Presenter / Titel
datum 2020



3.5

Narrowcasting

Narrowcasting is het uitzenden van informatie op moderne beeldschermen. Het kan heel breed ingezet worden en is voor elk bedrijf een mooie en moderne manier om intern (eigen personeel) of extern (klanten, bezoekers, patiënten) te communiceren.

Onderwerp 01 in geval van extra regel

Ent fugit est, nobis ne nulluptat.
Catem untur sus abo. Itate nia nis
raes maximus enia qui utet res que
doleste coneste consequid quatem
to quiderum sequasp ernatur?
Ulpa nus que solores ciisimetur atur
a doluptat



waterschapsbedrijf
limburg

Afvalwater bevat de nieuwe brandstof

Fosfaten gewonnen voor nieuwe to

Voorbeeldweergave nieuwsitem

3.6

Digital signature

E-mails bevatten de Waterschapsbedrijf Limburg HTML signatuur. Deze bevat de naam en titel van de werknemer en de belangrijkste contactinformatie plus het Waterschapsbedrijf Limburg logo.

De bodytekst wordt geschreven in het lettertype Arial Regular, omdat dit een lettertype is dat op iedere PC voorhanden is en aansluit op het Avenir font.



M. (Marleen) van de Laar
Senior Communicatieadviseur

T +31 613826350

E marleenvandelaar@wbl.nl

Maria Theresialaan 99 | Roermond

Postbus 1315 | 6040 KH | Roermond

wbl.nl | +31 888420000



Waterschapsbedrijf Limburg is een dochter
bedrijf van Waterschap Limburg.

04.

Externe

communicatie

middelen

4.1

Belettering op gebouw

Directe zichtbaarheid op hoofdkantoor te Roermond.

Het Waterschapsbedrijf Limburg logo wordt uitgevoerd op soortgelijke wijze als het logo van de moedermaatschappij.



4.2

Bewegwijzering locaties

01

Zuivering Sludge buffer

Wat wordt hier gedaan



Tur, esequs cimpell ecabor res-
cium sequi blaccus sa voluptae
Optatum am, consequam, iur
alitempor

Soort	Material	Component	Doel	Resultaat	Deelname	Verantwoord
Sludge	Water	Sludge	Water	Sludge	Water	Sludge



Tur, esequs cimpell ecabor res-
cium sequi blaccus sa voluptae
Optatum am, consequam, iur
alitempor

Soort	Material	Component	Doel	Resultaat	Deelname	Verantwoord
Sludge	Water	Sludge	Water	Sludge	Water	Sludge

02

Egalisatiebuffer Equalization basin

Wat wordt hier gedaan



Tur, esequs cimpell ecabor res-
cium sequi blaccus sa voluptae
Optatum am, consequam, iur
alitempor

Soort	Material	Component	Doel	Resultaat	Deelname	Verantwoord
Sludge	Water	Sludge	Water	Sludge	Water	Sludge



Tur, esequs cimpell ecabor res-
cium sequi blaccus sa voluptae
Optatum am, consequam, iur
alitempor

Soort	Material	Component	Doel	Resultaat	Deelname	Verantwoord
Sludge	Water	Sludge	Water	Sludge	Water	Sludge

03

Slibbuffer Sludge buffer

Wat wordt hier gedaan



Tur, esequs cimpell ecabor res-
cium sequi blaccus sa voluptae
Optatum am, consequam, iur
alitempor

Soort	Material	Component	Doel	Resultaat	Deelname	Verantwoord
Sludge	Water	Sludge	Water	Sludge	Water	Sludge



Tur, esequs cimpell ecabor res-
cium sequi blaccus sa voluptae
Optatum am, consequam, iur
alitempor

Soort	Material	Component	Doel	Resultaat	Deelname	Verantwoord
Sludge	Water	Sludge	Water	Sludge	Water	Sludge



WEERT



waterschapsbedrijf
limburg

Welkom bij Waterschapsbedrijf Limburg

Num obsena, sena, fac tum, con Itala
demus, comprib utericeps, nonem nitaricia
puliis, seni con verticiam et nerferei tur-
sulto conumur. Arturniu vidiesi sa quemus
essignon te fur. Nam nonsicita ubli terunt
Catum latudent facta, et; Catum faccisus
vis nostra st vid iaequam inatuis At inteatio,
senat vid rei fuid di cus perfix

www.wbl.nl

4.3

Bedrijfskleding

De huisstijl op bedrijfskleding heeft als basis het logo op de linkerborst. Daarnaast kan dit ondersteund worden door de slogan-druppel combinatie op de achterzijde. De basiskleur van de kleding zal navy blauw zijn, wat de basiskleuren van het nieuwe logo goed accentueert.



4.4 Roll up banners

Roll up banners zijn er natuurlijk in alle vormen en maten. De plaatsbepaling van het logo is echter altijd aan de bovenzijde als het gaat op een banner die een corporate Waterschapsbedrijf Limburg boodschap uitdraagt.

De banner wordt afgesloten met de URL of andere contactgegevens.



4.5 Banners

Hieronder een weergave van banners die communiceren met de drie gelaagdheden van het bedrijf. Hier is het gebruik van onderwerpgebonden gradients (zie 2.4 gradients) in gerichte communicatie terug te zien.





Afvalwaterzuivering

Nutrienten terugwinning

Energie opwekken

water.
samen halen
we er meer uit

Aximus autem doluptusam
volum qui denime expernatum
facea Lenis verepediam dero
etur aut pa nostist rumquo
quiberupitia pratusam eos
ipsuntem aut aut apiciant.

www.wbl.nl



4.6 Presentation backwall

Ter ondersteuning van presentaties & events kan er gebruik gemaakt worden van een promotionele backwall en balie. Hierop is het logo duidelijk in beeld en wordt in tekst en beeld kort en krachtig de missie van Waterschapsbedrijf Limburg uitgebeeld. Een afwisseling van foto en tekst kan zorgen voor afstemming/verfijning van de boodschap.

4.7

Bedrijfsblad

Een verandering van logo en afkadering zorgt ook voor een opfrissing van het bedrijfsblad "Sprakwater". De algehele layout van het binnenwerk zal in een later stadium worden uitgewerkt.



4.8 Kalender

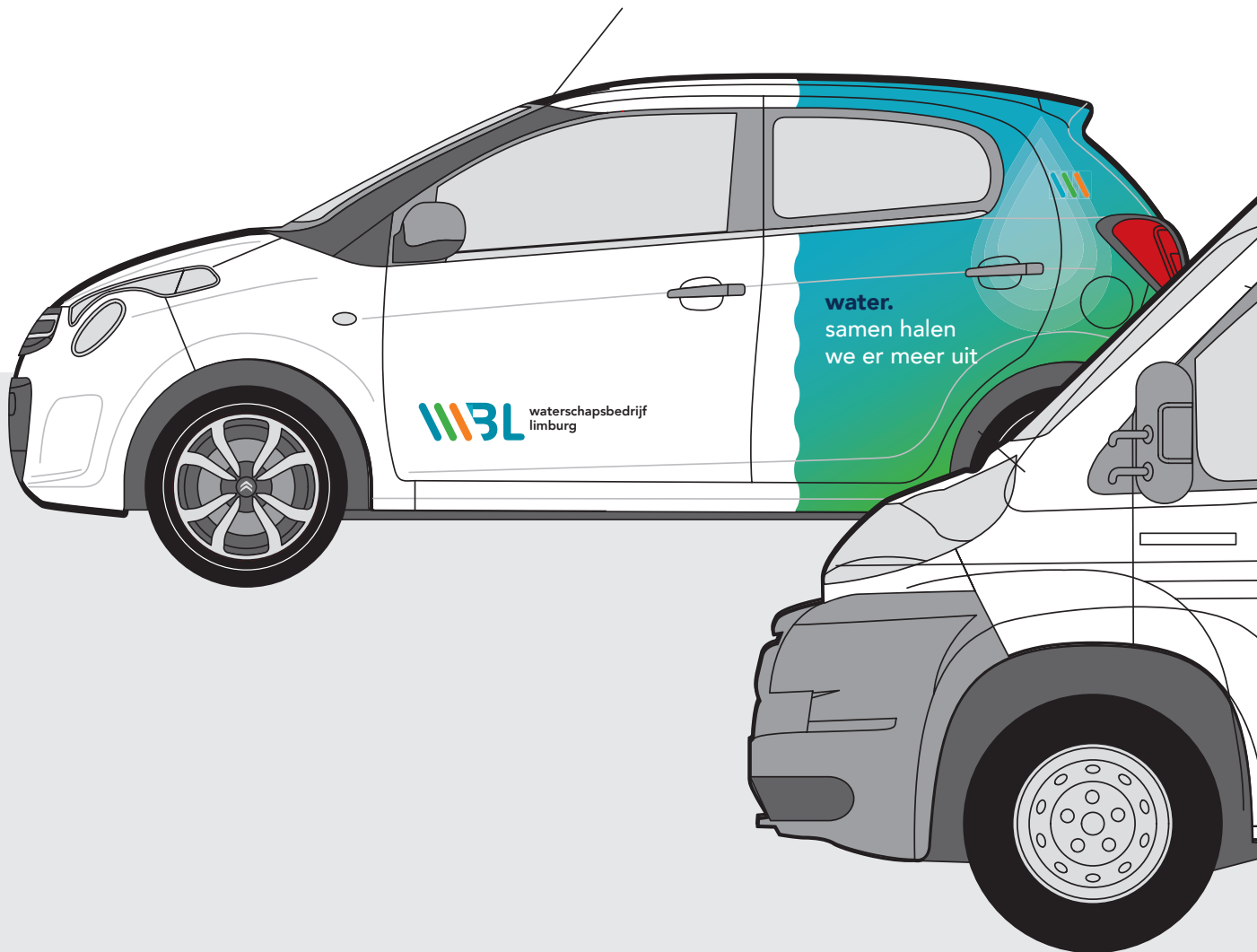
Een bureaukalender voor zakelijke relaties voor het nieuwe jaar. Een handzaam en modern model geeft een persoonlijk en praktisch karakter.



4.9

Bedrijfswagens

Over het algemeen komen alleen witte auto's in aanmerking voor belettering. De voorste portieren worden voorzien van een groot logo. De achterzijde van de voertuigen zal worden voorzien van gradient met totale kleurbereik (zie 2.1 Kleur) met als kadering de watergolf. De druppel wordt toegevoegd als beeldelement in combinatie met de slogan (goed leesbaar).

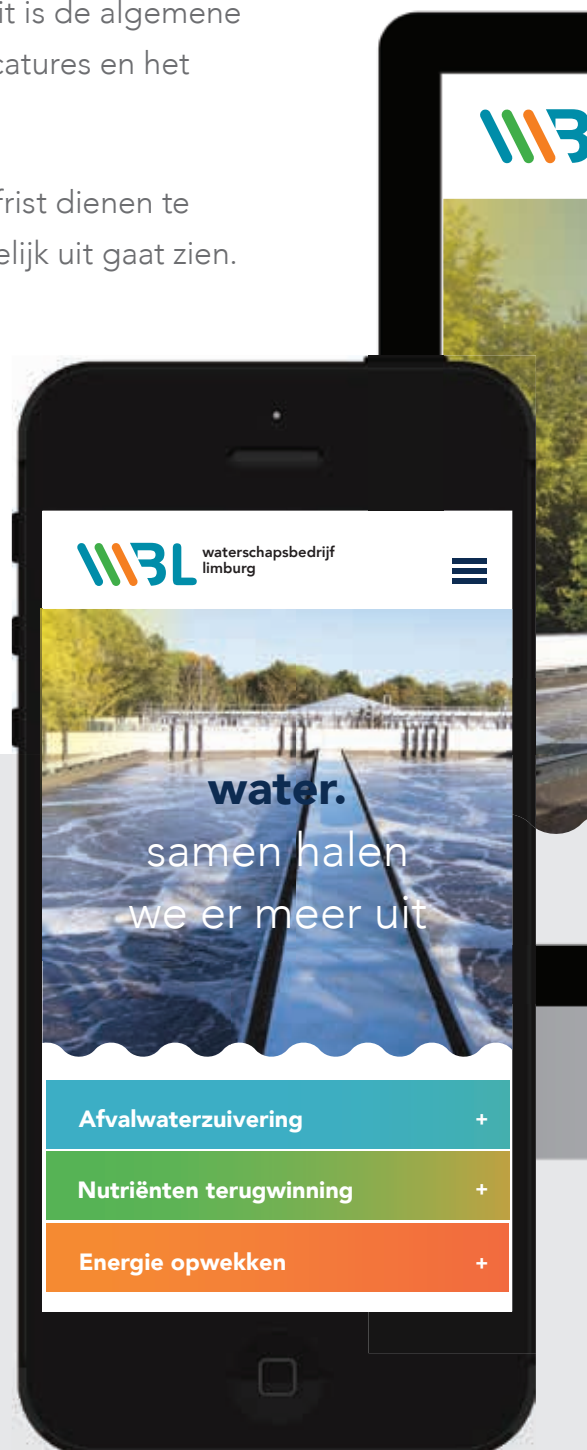




4.10 Website

Waterschapsbedrijf Limburg maakt op dit moment gebruik van een corporate website, met als url www.wbl.nl. Dit is de algemene website met daarop de algemene informatie, vacatures en het laatste nieuws.

Deze website zal in de nieuwe huisstijl ook opgefrist dienen te worden. Hiernaast een impressie hoe dit er mogelijk uit gaat zien.



Voorbeeld weergave mobiele website

water. samen halen we er meer uit

Afvalwaterzuivering

Porest dolum everumqui sequam,
con eosapiduste vendia dolore, ere
non cusandis venia

Nutriënten terugwinning

Porest dolum everumqui sequam,
con eosapiduste vendia dolore, ere
non cusandis venia

Energie opwekken

Porest dolum everumqui sequam,
con eosapiduste vendia dolore, ere
non cusandis venia



Voorbeeld weergave website

4.11

Pennen



Standaard Waterschapsbedrijf Limburg pen



Luxe Waterschapsbedrijf Limburg pen

Samengesteld door:

C-community bv | Overheek 56 | 6343 PC Klimmen
In samenspraak met afdeling communicatie Waterschapsbedrijf Limburg

Bezoekadres

Maria Theresialaan 99
6043 CX Roermond

Postadres

Postbus 1315
6040 KH Roermond
Antwoordnummer 1067
6040 VB Roermond

Contact

T 088-8420000
E info@wbl.nl

www.wbl.nl